



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

#### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

#### **AUTORA:**

**LÓPEZ MATANGO YESENIA JANETH**

#### **TUTOR:**

**ING. VALLEJOS MARCELO**

**IBARRA, JUNIO DE 2016**

## RESUMEN EJECUTIVO

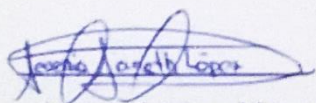
Este proyecto trata de una investigación que hace énfasis en el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, utilizando materias primas de calidad como: la tela, los hilos, sobre todo la fibra de cabuya que se manifestará en los bordados a mano con diseños incaicos y naturales que muestran una fina elegancia en los dos tipos de prendas, así demostrando la cultura viva de los pueblos indígenas. También se establecieron objetivos generales y específicos que ayudaron al cumplimiento de los procesos que directamente intervienen en este estudio para alcanzar la meta del proyecto. La necesidad que surgió para dar origen al proyecto es: mejorar la calidad de vida de las mujeres Kichwas de la comunidad San Juan Alto, generando fuentes de trabajo para que puedan expresar su identidad cultural y ancestral a través de los bordados. El estudio de mercado permitió conocer el nivel de aceptación del producto, los gustos y preferencias de los consumidores, según los resultados obtenidos existe una gran aceptación del producto ya sean de blusas y camisas bordadas a base de hilo de fibra de cabuya de diferentes modelos, diseños y sobre todo la combinación de los colores. Mediante el análisis de evaluadores económicos se determinó que el proyecto es viable por la rentabilidad mostrada en el estado de resultados, para ello se realizó proyecciones de cada año. Cabutex cuenta con un financiamiento brindado por la Corporación Financiera Nacional que es del 68,76% y la diferencia con aporte propio, además cuenta con una infraestructura adecuada para que los trabajadores puedan ejercer la labor de una manera correcta teniendo las mejores instalaciones y un ambiente apropiado para demostrar el nivel de rendimiento.

## ABSTRACT

This project is a research emphasizes the **“STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A MICRO DEDICATED TO THE PRODUCTION AND MARKETING OF BLOUSES AND SHIRT CRAFT WITH EMBROIDERED-BASED THREAD FIBER CABUYA IN THE COMMUNITY KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCE OF IMBABURA”**, using raw material quality such as: the fabric, the thread, especially the use of fiber cabuya manifest in the embroidered hand mainly; with designs Inca and natural show a fine elegance in the product and thus demonstrating the living culture of the indigenous people, also established general and specific objectives that helped to compliance with processes that directly involved in this study to achieve the goal of the project. The need that came to give rise to project is: to improve the quality of life of women Kichwas of the community San Juan Alto generating work sources so that they can express their cultural and ancestral identity through embroidery. The market study allowed them to know the acceptance level of the product, the likes and preferences of the consumers, according to the obtained results there already exists a great popularity of the product no matter if it is blouses and shirts embroidered with different types, designs, and color combinations of rope fiber-based thread. Through the analysis of economic evaluators it was determined that the project is viable for the shown profitability, for the which projections were made each year. Cabutex has a financing provided by the Finance Corporation National which is 68,76% and the difference with contribution own, in addition has a adequate infrastructure for worker to workers can use the work of a right way taking the best facilities and an environment appropriate to demonstrate the level of performance.

### DECLARACIÓN

Yo, **LÓPEZ MATANGO YESENIA JANETH**, portador de la cédula de ciudadanía N°. 100386119-0, declaro que bajo juramento el trabajo de grado titulado: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"** es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado ante ningún grado, ni calificación profesional y que las ideas y contenidos de este trabajo son consultados de acuerdo a las diferentes referencias bibliográficas que se encuentran en este documento.



Yesenia Janeth López Matango

C.I. 100386119-0

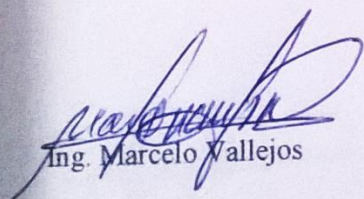


## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la estudiante **LÓPEZ MATANGO YESENIA JANETH**, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los..... días del mes de..... del 2016



Ing. Marcelo Vallejos

C.I. 100181382-1

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**"UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE"****CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A  
FAVOR DE LA UNIVESIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **LÓPEZ MATANGO YESENIA JANETH** con cédula de ciudadanía 100386119-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6 en calidad de autora de trabajo de grado denominado, **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Yesenia Janeth López Matango

C.I. 100386119-0

Ibarra, a los..... días del mes de..... del 2016





**“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**  
**TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100386119-0
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	López Matango Yesenia Janeth
<b>DIRECCIÓN:</b>	Cantón Otavalo, Parroquia San Luis, Comunidad San Juan Alto vía Quichinche
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:yesenice777@hotmail.com">yesenice777@hotmail.com</a>
<b>TELÉFONO MOVIL</b>	0982782946 / 062 903213
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTORA:</b>	López Matango Yesenia Janeth
<b>FECHA:</b>	

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO                      POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en contabilidad y auditoría CPA
ASESOR / DIRECTOR	Ing. Marcelo Vallejos

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **LÓPEZ MATANGO YESENIA JANETH**, con cédula de ciudadanía N° 1003861190, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales, de la obra o de trabajo descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo, en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra de Repositorio Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los..... días del mes de..... del 2016

  
**EL AUTOR**

Yesenia Janeth López Matango

C.I 100386119-0

x   
**ACEPTACIÓN**

Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorario Consejo Universitario



## **DEDICATORIA**

A mis padres, mis hermanas y a mi esposo quienes han sido un apoyo constante a lo largo de mis estudios, siempre brindándome su cariño, amor y comprensión para seguir y vencer todos los obstáculos de la vida, principalmente motivándome día a día para lograr cumplir mi meta y ser una gran profesional.

A Dios, mi Padre Celestial quien siempre protegiéndome con su santo espíritu me ha guiado por el camino del bien, brindándome sabiduría y entendimiento para llegar a cumplir mis objetivos y de esa manera formarme como una persona profesional. A pesar de mil tropiezos dar un paso adelante y seguir enfrentando.

Janeth

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme la oportunidad de ver la luz del día y conocer a los mejores padres del mundo, quienes han sido una parte fundamental en mi vida para poder seguir adelante. Gracias a mi amado Padre Celestial por cuidar de mis padres, por guiarnos e iluminarnos en las decisiones de la familia, gracias por protegernos día y noche y por apoyarnos en las buenas y en las malas.

A mis padres quienes me educaron de la mejor manera, me inculcaron valores, enseñanzas y motivaciones para ser persona de bien y estar en la cima. Gracias a ellos por tener ese ánimo y esa fuerza necesaria para apoyarme y estar presente en todos los obstáculos de mi vida, ellos nunca dejaron de confiar en mí, por eso mis amados padres son mi fuente de inspiración para continuar mi vida tanto en el aspecto personal y profesional.

A la Universidad Técnica del Norte por brindarme esa oportunidad de poder estudiar y adquirir los sabios conocimientos de los maestros para mi carrera profesional.

A mis maestros quienes me tuvieron paciencia en mi capacidad de aprendizaje, por brindarme sus enseñanzas, conocimientos y experiencias necesarias para poder estar preparados en el momento en que nos desarrollemos en el campo laboral. Principalmente agradezco a mi tutor el Ingeniero Marcelo Vallejos por tenerme paciencia, por dedicarme tiempo y brindarme sus conocimientos y experiencias para la elaboración de este trabajo.

Janeth

## PRESENTACIÓN

El presente estudio se trata de un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS Y CAMISAS ARTESANALES CON BORDADOS A BASE DE HILO DE FIBRA DE CABUYA EN LA COMUNIDAD KICHWA SAN JUAN ALTO - OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** y consta de siete capítulos:

CAPÍTULO I. Para la creación de la microempresa se realizó un examen general de la situación actual de la ciudad de Otavalo con el fin de conocer el nivel económico, nivel turístico, tradiciones, costumbres entre otros aspectos que atraviesa la ciudad.

CAPÍTULO II. Para la elaboración del marco teórico se agruparon conceptos básicos sustentados en bases científicas que permitirán conocer los términos usados o como puntos de referencia para dejar en claro la teoría de la investigación y de esta manera tener un entendimiento conciso de lo que se está hablando en el proyecto.

CAPÍTULO III. Para llevar a cabo el estudio de mercado, se empezó con una investigación profunda de los gustos y preferencias de los consumidores, utilizando herramientas necesarias como encuestas, entrevistas y fichas de observación para de esa manera obtener información tanto de la oferta como demanda.

CAPÍTULO IV. Para la ubicación de la microempresa se elaboró un estudio técnico para conocer el lugar adecuado del proyecto, mediante el análisis se fijó que estará ubicado en la comunidad Kichwa San Juan Alto vía Quichinche a diez minutos de la ciudad de Otavalo. La



microempresa tendrá equipos y maquinarias que son necesarios para la transformación de la materia prima a un producto terminado.

CAPÍTULO V. Se realizó un estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto con ayuda de los índices financieros, proyecciones de ingresos y gastos, el VAN, la TIR, los cálculos necesarios para conocer la factibilidad del proyecto que ayudan a tener un conocimiento de la utilidad del mismo.

CAPÍTULO VI. Para una buena organización de la microempresa fue necesario establecer una estructura organizacional para conocer las funciones que debe cumplir cada empleado, la coordinación en las actividades diarias, haciendo que los productos sean de calidad y que se cumplan a cabalidad los objetivos de la microempresa.

CAPÍTULO VII. Para determinar los impactos se elaboró una matriz para conocer el nivel de ponderación de cada impacto y realizar un análisis de cada indicador.

## ÍNDICE GENERAL

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes .....	35
Objetivos del diagnóstico .....	37
Objetivo general .....	37
Objetivos específicos.....	37
Matriz de relación diagnóstica .....	38
Mecánica operativa.....	40
Técnicas e instrumentos .....	40
Información secundaria .....	40
Aspectos demográficos y geográficos .....	40
Historia .....	40
Ubicación y coordenadas.....	41
Límites y características climáticas .....	42
Población .....	43
División Política Administrativa .....	43
Idioma, Religión, Etnia y Vestimenta .....	44
Aspecto Cultural y Tradicional .....	45
Creencias y símbolos.....	45
Atractivos naturales y culturales .....	45
Turismo .....	47
Aspectos sociopolíticos y socioeconómicos.....	49
Organizaciones .....	49
Dinámica Económica Cantonal .....	50
Principal actividad económica.....	50
Mercados Principales .....	51
Determinación de los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos. ....	53

Determinación de oportunidad de la inversión del proyecto.....	55
--	----

## **MARCO TEÓRICO**

Las blusas y camisas .....	57
Tela .....	57
Tipos de telas.....	58
Hilo .....	58
Tipos de Hilos .....	59
Fibra de cabuya .....	59
Tipos de fibra de cabuya .....	60
Principales Proveedores de la materia prima .....	61
Bordados.....	62
Bordados a máquina .....	62
Bordadas a mano .....	62
Diseño, corte y confección .....	63
Diseño y presentación .....	64
Etiqueta .....	65
Requisitos de etiquetado.....	65
Ejemplo de etiquetado .....	66
Empaque, embalaje .....	66
Microempresa.....	67
Importancia de microempresa .....	67
Parámetros para la conformación de una microempresa.....	68
Monto y número de empleados .....	68
Microempresarios Obligados a llevar contabilidad.....	69
Persona natural .....	69
Clasificación de personas naturales.....	69
Declaraciones del IVA e Impuesto a la renta .....	71



Formularios .....	71
Pasos para crear una microempresa.....	72
Registro único de contribuyentes (RUC) .....	72
Permiso de bomberos .....	73
Patente municipal .....	73
Permiso de uso de suelo .....	75
Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, Oficina 502) .....	76
Requisitos .....	77
Fortalecimiento y consolidación de capacidades de las Mipymes .....	77
Beneficios .....	77
Derechos y obligaciones del trabajador y empleador.....	78
Requisitos para afiliarse al IESS .....	79
Estudio de mercado .....	79
Mercado .....	79
Información económica del mercado .....	80
Mercado proveedor.....	80
Mercado competidor.....	80
Mercado distribuidor .....	81
Mercado consumidor.....	81
Identificación de la población .....	82
Segmentación de mercado.....	82
Variables del marketing – mix .....	82
Producto .....	83
Precio .....	83
Distribución .....	83
Promoción .....	84
Servicio al cliente .....	84

Oferta .....	85
Cantidad ofertada .....	85
Ley de la oferta.....	85
Comportamiento de la oferta.....	86
Demanda.....	86
Cantidad demanda .....	87
Ley de la demanda.....	87
Comportamiento de la demanda.....	87
Macro localización .....	88
Micro localización.....	88
Localización óptima del proyecto .....	89
Producción.....	90
Procesos de producción.....	91
Elementos del costo de producción .....	91
Inventario de productos terminados .....	93
Punto de equilibrio .....	93
Cantidad de equilibrio .....	93
Rentabilidad .....	94
Tasa de descuento.....	94
Valor presente neto (VPN).....	94
Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando el VPN.....	95
Periodo de recuperación de la inversión.....	95
Tasa interna de retorno (TIR).....	96
Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando la TIR .....	96
Proyecciones financieras .....	97
Relación beneficio costo .....	97
Misión .....	98

Visión .....	98
Valores corporativos .....	98
Filosofía de la empresa.....	99
Normas y políticas.....	99

## **ESTUDIO DE MERCADO**

Identificación del producto.....	102
Características del Producto .....	103
Tallas .....	103
Colores .....	104
Bordados .....	104
Diseños .....	105
Bienes sustitutos .....	105
Objetivos del estudio de mercado .....	106
Objetivo general .....	106
Objetivo específicos .....	106
Matriz de Relación Diagnóstico de Estudio de Mercado .....	107
Mecánica Operativa.....	109
Identificación de la población .....	109
Identificación de la muestra .....	110
Técnicas e instrumentos .....	110
Información primaria.....	111
Información secundaria .....	112
Tabulación y análisis de la información.....	112
Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros .....	112
Entrevista aplicada a los negocios o locales de prendas de vestir .....	125
Encuesta dirigida a expertos en producción de blusas y camisas .....	128
Ficha de observación aplicadas a negocios de la ciudad de Otavalo. ....	133



Análisis de la demanda.....	134
Naturaleza del cliente .....	134
Demanda actual .....	135
Proyección de la demanda.....	138
Análisis de la oferta.....	140
Número de negocios en Otavalo .....	140
Datos históricos de la producción de prendas de vestir.....	141
Proyección de la oferta.....	142
Análisis de precios .....	143
Proyección del precio .....	143
Balance oferta y demanda .....	144
Mercado meta.....	145
Análisis de comercialización y distribución del producto .....	146
Estrategias del producto .....	146
Estrategias de precio.....	146
Estrategias de promoción .....	147
Estrategias de plaza .....	147
Estrategias de distribución .....	147
Logotipo .....	147
Slogan .....	148
Etiqueta .....	148
Análisis del estudio de mercado.....	149

## **ESTUDIO TÉCNICO**

Tamaño del proyecto.....	150
Participación del proyecto .....	150
Localización del proyecto .....	151
Macro localización .....	151

Micro localización.....	151
Ingeniería del proyecto .....	158
Proceso productivo y de comercialización.....	158
Obras civiles .....	160
Presupuesto técnico .....	166
Inversiones (Activo no corriente).....	166
Capital de trabajo .....	170
Inversión total.....	189
Financiamiento .....	190
Operación del proyecto .....	191
Flujo gramas .....	191
Procesos de producción y comercialización.....	192
Respuesta a los riesgos de la matriz AOOR.....	200
Análisis del estudio técnico.....	202

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Inversión inicial.....	203
Determinación de ingresos proyectados.....	203
Determinación de egresos proyectados .....	205
Costos de producción .....	205
Gastos administrativos .....	209
Gasto en ventas.....	210
Tabla de amortización .....	211
Tabla de depreciación.....	211
Estado de resultados proyectado .....	213
Flujo de caja proyectado.....	214
Evaluación financiera.....	214
Costo de oportunidad .....	215

Cálculo del VAN .....	215
Cálculo de la TIR .....	216
Tiempo de recuperación del dinero .....	218
Recuperación del dinero con flujos descontados .....	219
Índice de beneficio-costos.....	220
Tasa de rendimiento beneficio costo.....	221
Punto de equilibrio .....	222
Análisis del estudio financiero .....	227

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Análisis interno de la microempresa .....	228
Nombre comercial .....	228
Razón social .....	228
Logotipo .....	228
Misión .....	229
Visión .....	229
Objetivos organizacionales.....	229
Objetivo general .....	229
Objetivos específicos.....	229
Organización estructural y funcional de la microempresa .....	230
Organigrama estructural .....	230
Niveles administrativos .....	230
Perfiles y funciones del personal.....	232
Aspectos legales de la microempresa.....	238
Marco legal .....	238
Requisitos para constituir una microempresa.....	238
Aspectos laborales de la microempresa.....	240

**IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Impacto social .....	243
Impacto económico .....	244
Impacto cultural.....	245
Impacto empresarial .....	246

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Matriz de relación diagnóstica .....	38
Tabla N° 2 Límites Otavalo .....	42
Tabla N° 3 División Política Otavalo.....	43
Tabla N° 4 Etnias .....	44
Tabla N° 5 Atractivos Naturales y Culturales .....	46
Tabla N° 6 Lugares Turísticos Visitados .....	49
Tabla N° 7 Tipos de Artesanías –Plaza de los ponchos .....	51
Tabla N° 8 Tipo de Artesanías - Mercado Copacabana .....	52
Tabla N° 9 Matriz AOOR .....	53
Tabla N° 10 Proveedores de Hilo de Fibra de Cabuya .....	61
Tabla N° 11 Proveedor de la maquinaria .....	64
Tabla N° 12 Capital para constituir una Microempresa .....	68
Tabla N° 13 Tabla de Declaraciones.....	71
Tabla N° 14 Pago de la Patente según el tamaño del negocio .....	75
Tabla N° 15 Tallas.....	103
Tabla N° 16 Matriz Estudio de Mercado .....	107
Tabla N° 17 Turistas que ingresan a Otavalo.....	109
Tabla N° 18 Aceptación del Producto.....	113
Tabla N° 19 Factores de Compra .....	114
Tabla N° 20 Frecuencia de compra .....	115
Tabla N° 21 Preferencia de Prenda .....	116
Tabla N° 22 Factores de Compra .....	117
Tabla N° 23 Preferencia de Prenda .....	118
Tabla N° 24 Preferencia de prenda .....	119
Tabla N° 25 Lugar de Compra .....	120
Tabla N° 26 Precio .....	121
Tabla N° 27 Aceptación del Producto.....	122
Tabla N° 28 Precios.....	123
Tabla N° 29 Segmentación de mercado .....	124
Tabla N° 30 Entrevista a productores .....	125
Tabla N° 31 Tipo de prendas.....	126
Tabla N° 32 Productores de prendas de vestir .....	128

Tabla N° 33 Preferencia de compra .....	129
Tabla N° 34 Precios blusas y camisas .....	130
Tabla N° 35 Competencia .....	131
Tabla N° 36 Datos históricos de las blusas .....	132
Tabla N° 37 Datos históricos de camisas .....	132
Tabla N° 38 Negocios Observados .....	133
Tabla N° 39 Atributos .....	133
Tabla N° 40 Preferencia de Compra .....	135
Tabla N° 41 Demanda Actual .....	135
Tabla N° 42 Aceptación del Producto.....	136
Tabla N° 43 Frecuencia de compra y cantidad de compra.....	137
Tabla N° 44 Preferencia de prendas de vestir .....	138
Tabla N° 45 Preferencia de prendas de vestir Blusas - Camisas.....	138
Tabla N° 46 Porcentaje de turistas en Otavalo.....	139
Tabla N° 47 Proyección de la demanda – blusas y camisas.....	139
Tabla N° 48 Negocios de la ciudad de Otavalo .....	140
Tabla N° 49 Número de Negocios Proyectados - Otavalo.....	141
Tabla N° 50 Promedio de datos históricos de prendas.....	141
Tabla N° 51 Proyección de la oferta - Número de Blusas anuales .....	142
Tabla N° 52 Proyección de la Oferta - Número de Camisas Anuales.....	142
Tabla N° 53 Precios.....	143
Tabla N° 54 Proyección de Precio blusas .....	143
Tabla N° 55 Proyección de precio camisas .....	144
Tabla N° 56 Balance Oferta - Demanda.....	145
Tabla N° 57 Porcentaje de crecimiento de los productos.....	145
Tabla N° 58 Distribución de tallas .....	150
Tabla N° 59 Niveles de evaluación planta .....	153
Tabla N° 60 Matriz de factor ponderado.....	154
Tabla N° 61 Niveles de evaluación local .....	156
Tabla N° 62 Matriz de factor ponderado.....	156
Tabla N° 63 Distribución de la infraestructura .....	161
Tabla N° 64 Simbología del diagrama de bloque .....	161
Tabla N° 65 Diagrama de bloque de proceso.....	162
Tabla N° 66 Terreno.....	166

Tabla N° 67 Planta .....	167
Tabla N° 68 Maquinarias y equipos .....	167
Tabla N° 69 Muebles y enseres .....	168
Tabla N° 70 Equipo de computación .....	168
Tabla N° 71 Equipo de oficina .....	169
Tabla N° 72 Equipo de seguridad industrial .....	169
Tabla N° 73 Equipo de ventas .....	169
Tabla N° 74 Resumen de inversión fija .....	170
Tabla N° 75 Resumen capital de trabajo .....	171
Tabla N° 76 Costo unitario tela lienzo .....	172
Tabla N° 77 Costo unitario de fibra de cabuya .....	173
Tabla N° 78 Costo unitario de hilo poliéster .....	174
Tabla N° 79 Costo unitario hilo chino .....	175
Tabla N° 80 Costo unitario hilo para bordar .....	176
Tabla N° 81 Resumen de los costos de la materia prima unitario .....	177
Tabla N° 82 Total materia prima directa .....	178
Tabla N° 83 Costo unitario de botones de tagua .....	178
Tabla N° 84 Costo unitario botones de plástico .....	179
Tabla N° 85 Costo unitario terminales .....	179
Tabla N° 86 Costo unitario encajes .....	180
Tabla N° 87 Costo unitario cordón .....	180
Tabla N° 88 Costo unitario elástico .....	181
Tabla N° 89 Costo unitario etiquetas .....	181
Tabla N° 90 Costo unitario tallas .....	182
Tabla N° 91 Costo unitario fundas .....	182
Tabla N° 92 Resumen de la materia prima indirecta unitario .....	183
Tabla N° 93 Total de Materia prima indirecta .....	183
Tabla N° 94 Salario mensual .....	184
Tabla N° 95 Mano de obra directa unitario .....	184
Tabla N° 96 Mano de obra directa .....	185
Tabla N° 97 Suministro de producción .....	186
Tabla N° 98 Suministro de limpieza .....	186
Tabla N° 99 Total de costos indirectos de fabricación .....	187
Tabla N° 100 Remuneración gerente .....	187



Tabla N° 101 Suministro de oficina .....	188
Tabla N° 102 Total de gastos administrativos .....	188
Tabla N° 103 Remuneración personal de ventas .....	189
Tabla N° 104 Resumen de gasto de ventas .....	189
Tabla N° 105 Inversión total .....	189
Tabla N° 106 Entidades Financieras .....	191
Tabla N° 107 Financiamiento .....	190
Tabla N° 108 Simbología .....	193
Tabla N° 109 Estado de situación financiera (Proyectado).....	203
Tabla N° 110 Volumen de producción.....	204
Tabla N° 111 Precio de la competencia .....	204
Tabla N° 112 Ingresos proyectados – Precio competencia .....	205
Tabla N° 113 Materia prima directa.....	206
Tabla N° 114 Materia prima indirecta.....	207
Tabla N° 115 Datos históricos de sueldo básico .....	208
Tabla N° 116 Proyección de sueldos.....	208
Tabla N° 117 Mano de obra directa proyectada.....	209
Tabla N° 118 Costos indirectos de fabricación .....	209
Tabla N° 119 Gastos Administrativos.....	210
Tabla N° 120 Gasto en ventas .....	210
Tabla N° 121 Intereses .....	211
Tabla N° 122 Abonos de capital .....	211
Tabla N° 123 Porcentajes de depreciación de activos fijos .....	212
Tabla N° 124 Cuadro de depreciación .....	212
Tabla N° 125 Estado de resultados .....	213
Tabla N° 126 Cálculo del impuesto a la renta.....	214
Tabla N° 127 Flujo de caja proyectado .....	214
Tabla N° 128 Cálculo del costo de oportunidad .....	215
Tabla N° 129 Cálculo del VAN .....	216
Tabla N° 130 Cálculo de la TIR.....	217
Tabla N° 131 VAN positivo y VAN negativo .....	218
Tabla N° 132 Flujo de caja – valor corriente .....	218
Tabla N° 133 Regla de tres simple - valor corriente .....	219
Tabla N° 134 Flujo de caja deflactado .....	219

Tabla N° 135 Regla de tres simple – valor real.....	220
Tabla N° 136 Índice de beneficio costo .....	221
Tabla N° 137 Cálculo del punto de equilibrio – año 2016.....	222
Tabla N° 138 Costo unitario.....	223
Tabla N° 139 Margen de contribución.....	223
Tabla N° 140 Resumen de evaluación financiera .....	225
Tabla N° 141 Perfil y funciones del gerente .....	232
Tabla N° 142 Perfiles y funciones del cortador .....	232
Tabla N° 143 Perfiles y funciones de las cosedoras.....	235
Tabla N° 144 Perfiles y funciones de las bordadoras.....	236
Tabla N° 145 Perfiles y funciones de la vendedora .....	237
Tabla N° 146 Valoración de impactos .....	242
Tabla N° 147 Impacto social.....	243
Tabla N° 148 Impacto económico.....	244
Tabla N° 149 Impacto cultural .....	245
Tabla N° 150 Impacto empresarial.....	246
Tabla N° 151 Impacto turístico .....	247

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Ubicación del Cantón Otavalo.....	41
Gráfico N° 2 Ubicación Comunidad Kichwa San Juan Alto .....	42
Gráfico N° 3 Organización Territorial del Cantón.....	44
Gráfico N° 4 Plaza de los Ponchos.....	47
Gráfico N° 5 Nacionalidad de los visitantes extranjeros.....	48
Gráfico N° 6 Ciudad de los visitantes Nacionales .....	48
Gráfico N° 7 Especialización por territorio.....	51
Gráfico N° 8 Cabuya Ripw .....	60
Gráfico N° 9 Cabuya Pipiw.....	60
Gráfico N° 10 Cabuya Polea .....	61
Gráfico N° 11 Máquina Bordadora .....	62
Gráfico N° 12 Hilos para bordar .....	62
Gráfico N° 13 Maquinarias .....	64
Gráfico N° 14 Etiquetado.....	66
Gráfico N° 15 Prendas de vestir .....	103
Gráfico N° 16 Colores.....	104
Gráfico N° 17 Tipos de bordados.....	104
Gráfico N° 18 Modelos y diseños .....	105
Gráfico N° 19 Aceptación del Producto.....	113
Gráfico N° 20 Factores de Compra.....	114
Gráfico N° 21 Frecuencia de Compra.....	115
Gráfico N° 22 Preferencia de Prenda .....	116
Gráfico N° 23 Factores de Compra.....	117
Gráfico N° 24 Preferencia de Prendas.....	118
Gráfico N° 25 Preferencia de prenda .....	119
Gráfico N° 26 Lugar de Compra .....	120
Gráfico N° 27 Precio .....	121
Gráfico N° 28 Aceptación del Producto.....	122
Gráfico N° 29 Precio blusa y camisa .....	123
Gráfico N° 30 Preferencia de compra .....	129
Gráfico N° 31 Preferencia de compra .....	129
Gráfico N° 32 Precio blusa y camisa .....	130

Gráfico N° 33 Competencia .....	131
Gráfico N° 34 Logotipo.....	148
Gráfico N° 35 Etiqueta .....	148
Gráfico N° 36 Localización de la provincia Imbabura y el cantón Otavalo .....	151
Gráfico N° 37 Localización de la comunidad San Juan Alto.....	152
Gráfico N° 38 Comunidad Kichwa San Juan Alto.....	155
Gráfico N° 39 Ubicación del local comercial .....	157
Gráfico N° 40 Diseño de la planta .....	163
Gráfico N° 41 Plano distribución de la planta.....	164
Gráfico N° 42 Alzado oeste del plano.....	166
Gráfico N° 43 Proceso de producción y comercialización .....	192
Gráfico N° 44 Compra de materia prima .....	194
Gráfico N° 45 Corte .....	195
Gráfico N° 46 Confección.....	196
Gráfico N° 47 Bordado a mano.....	197
Gráfico N° 48 Acabado .....	198
Gráfico N° 49 Comercialización .....	199
Gráfico N° 50 Logotipo.....	228
Gráfico N° 51 organigrama estructural .....	230
Gráfico N° 52 Niveles administrativos .....	231

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta dirigida a turistas.....	258
Anexo N° 2 Entrevista dirigida a los productores.....	261
Anexo N° 3 Encuesta dirigida a los productores.....	262
Anexo N° 4 Ficha de observación.....	263
Anexo N° 5 Padrón general de contribuyentes - Registro de patentes y locales.....	264
Anexo N° 6 Materiales directos, indirectos, CIF .....	265
Anexo N° 7 Gama de colores .....	266
Anexo N° 8 Tela lienzo .....	267
Anexo N° 9 Proforma MAINCO .....	268
Anexo N° 10 Proforma Suministro de oficina .....	269
Anexo N° 11 Proforma Suministro de limpieza.....	271
Anexo N° 12 Proforma equipos de computación.....	272
Anexo N° 13 Muebles y enseres .....	274
Anexo N° 14 Suministros de producción.....	275
Anexo N° 15 Proforma Maniquies.....	276
Anexo N° 16 Contrato de arrendamiento del local .....	277
Anexo N° 17 Cortado .....	278
Anexo N° 18 Tela cortada.....	278
Anexo N° 19 Confección .....	278
Anexo N° 20 Fibra de cabuya .....	279
Anexo N° 21 Bordados a mano.....	279
Anexo N° 22 Producto terminado .....	279
Anexo N° 23 Entrevista al experto en producción.....	280
Anexo N° 24 Aplicación de encuestas .....	280
Anexo N° 25 Local.....	281
Anexo N° 26 Artesanías Inty Raymi .....	281
Anexo N° 27 Servimaq .....	281
Anexo N° 28 Páginas web Cabutex .....	282
Anexo N° 29 Tabla del impuesto a la renta 2015 .....	282
Anexo N° 30 Tabla de amortización.....	283

## SIGLAS

**VAN:** Valor Actual Neto

**TIR:** Tasa Interna de Retorno

**TRM:** Tasa de Rendimiento Medio

**PE:** Punto de Equilibrio

**BCE:** Banco Central del Ecuador

**RUC:** Registro Único de Contribuyentes

**CK:** Costo de Oportunidad

**INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**BNF:** Banco Nacional de Fomento

**MIPRO:** Ministerio de Industrias y Productividad

**CFN:** Corporación Financiera Nacional

**CFP:** Centro de Fomento Productivo

**IVA:** Impuesto al Valor Agregado

**RUM:** Registro Único de Mipymes

**RUA:** Registro Único Artesanal

**INEN:** Instituto Ecuatoriano de Normalización

**PYMES:** Pequeñas y Medianas Empresas

**LORTI:** Ley de Régimen Tributario Interno

**SERCOP:** Servicio de Compras Públicas

**IESS:** Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

**IECE:** Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas

**SECAP:** Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional

## JUSTIFICACIÓN

El presente estudio hace referencia a la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas y camisas artesanales con bordados a base de hilo de fibra de cabuya en la Comunidad Kichwa San Juan Alto, mismo que aportará de forma positiva al desarrollo económico y social de la zona. La creación de un negocio propio impulsará la actividad productiva textil en la comunidad, teniendo en cuenta que es una oportunidad para producir y ofertar productos novedosos, llamativos y de calidad para los turistas nacionales y extranjeros.

La temática de este proyecto es de fundamental interés, ya que se tiende a mejorar la economía de la comunidad con productos hechos en Ecuador utilizando las materias primas que se originan dentro del pueblo Ecuatoriano, con maquinarias que permitirán obtener un producto de calidad, a precios accesibles, con diseños y modelos exclusivos de modo que los consumidores se sientan satisfechos eligiendo los productos de acuerdo a sus gustos, preferencias y de esa manera cumpliendo con todas las expectativas de los consumidores que día a día están en una moda cambiante.

Mediante la creación de una microempresa legalmente constituida permitirá tener beneficios que facilitará adentrarse a mercados internos y externos especialmente en el campo turístico. Los beneficiarios directos de esta investigación es la propia microempresa ya que producirá blusas y camisas artesanales bordadas a mano cumpliendo con todos los requisitos de calidad, con diseños que sean aptos para la distribución y comercialización de estos artículos. Las beneficiarias indirectas serán las mujeres Kichwas Otavalo que formarán parte esencial del equipo de trabajo, ya que se encargarán de realizar los bordados y darán a conocer las culturas, tradiciones y el trabajo de las mujeres indígenas, esta es una manera de contribuir al desarrollo



económico de la comunidad aportando con saberes antiguos que son una estrategia para atraer al turismo.

Este trabajo generará grandes perspectivas en la microempresa ya que permitirá mejorar los productos ya existentes en la localidad contribuyendo al desarrollo económico, social, cultural, turístico y empresarial del país creando una cultura de comprar productos hechos en Ecuador. Este proyecto es factible en el ámbito económico debido a que dentro de la microempresa permitirá reducir costos y maximizar las ganancias, además; generando fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida de las familias, reduciendo el desempleo y los desórdenes familiares. En el ámbito social permitirá relacionarse con distintas personas del país y ganarse la confianza de los clientes. En el ámbito cultural permitirá conocer los bordados a mano con acabados de calidad que influyen de manera positiva al turismo nacional e internacional, cabe recalcar que para este trabajo las mujeres Kichwas reciben constante capacitación. En el aspecto turístico permitirá dar a conocer los productos artesanales a los turistas nacionales o extranjeros, quienes requieren de productos netamente de los pueblos Kichwas. Y en el aspecto empresarial ayudará a relacionarse con los empleados administrativos y operativos para tener un desenvolvimiento eficiente en la organización, cumpliendo con todas las expectativas del cliente al momento de la compra.

## **OBJETIVO DEL PROYECTO**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas y camisas artesanales con bordados a base de hilo de fibra de cabuya en la Comunidad Kichwa San Juan Alto - Otavalo, Provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer el contexto actual del cantón Otavalo mediante el análisis de la matriz AOOR.
- Establecer los fundamentos teóricos y científicos que respalden al proyecto con una investigación bibliográfica.
- Efectuar el análisis de mercado utilizando técnicas y herramientas necesarias para conocer la oferta y demanda potencial a satisfacer.
- Desarrollar un estudio técnico e ingeniería del proyecto que permita establecer la planta e infraestructura, así como el talento humano.
- Plasmar un análisis económico - financiero que permita determinar la viabilidad del proyecto.
- Elaborar un organigrama estructural que permita tener una adecuada distribución de funciones.
- Analizar los impactos positivos y negativos que se generen en el presente proyecto.

## **METODOLOGÍA UTILIZADA**

### **Metodología de la investigación**

Para el desarrollo de este estudio se utilizó la investigación científica de tipo cualitativo y cuantitativo que hace énfasis en métodos, técnicas y procedimientos para la recopilación de información. Los métodos que se utilizaron para una buena formulación y realización de proyecto son: método inductivo, síntesis y de análisis.

### **Método inductivo**

Este método se aplicó al momento de buscar el problema en donde se hallaron las necesidades de los posibles consumidores, para lo cual se utilizaron encuestas con diferentes preguntas para conocer el perfil de los turistas nacionales y extranjeros.

### **Método de síntesis**

Este procedimiento se empleó en la redacción de las conclusiones y recomendaciones del presente estudio, para ello se formó mediante las ideas obtenidas a través de entrevistas dirigidas a los expertos en producción de prendas de vestir en la ciudad de Otavalo, se utilizó también la ficha de observación directa donde se analizó la situación actual del mercado y se pudo conocer de mejor manera a la competencia para poder establecer nuevas propuestas. Para ello se utilizó la entrevista a pequeños, medianos y grandes productores.

### **Método de análisis**

Se utilizó para tener una propia definición a través de los términos científicos del marco teórico y también el análisis de los resultados para su respectiva conclusión. Para ello se utilizó la encuesta dirigida a los turistas y la entrevista dirigida a la competencia.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Otavalo es una hermosa ciudad que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura rodeada de montañas como: el Imbabura, Cotacachi y Mojanda, mismos que adornan y pintan este valle con sus coloridos naturales de tal belleza única e incomparable que llenan de alegría a todas las personas que visitan este cantón. Este lugar es muy reconocido por sus costumbres, tradiciones, culturas, mitos y leyendas que son la base principal para atraer a los turistas nacionales y extranjeros, convirtiéndose estos en los principales veedores de la identidad de los pueblos Kichwas, principalmente las convivencias de las comunidades que día a día ponen énfasis en lo referente al turismo. Los turistas siempre están presentes en cada rincón de nuestro país visitando los lugares más llamativos, hermosos e inigualables de nuestra tierra como la ciudad de Otavalo y sus alrededores como las comunidades, barrios y ciudadelas. Además en esta localidad existen una amplia gama de productos artesanales empezando desde los más pequeños hasta los más grandes artículos como tapices, cerámica, tejidos, pulseras, fajas, decoraciones, juguetes, sombreros, collares principalmente las prendas de vestir elaborados de manera artesanal para los comerciantes y turistas nacionales e internacionales.

La comunidad Kichwa San Juan Alto se encuentra ubicada a diez minutos de la ciudad de Otavalo por vía Quichinche, este pueblo está conformado por muchas familias, quienes día a día están tratando de mejorar su calidad de vida con la producción artesanal ya sea en algodón, lana, cerámica y otros productos que son propios de los pueblos Kichwas, además podemos decir que en esta comunidad algunas familias subsisten con un ingreso que obtienen por la prestación de la mano de obra directa a los medianos productores. Por lo general, los productos artesanales de este pueblo están destinados a la venta en el mercado nacional como Guayaquil,

Cuenca, Quito y Ambato, pero también los comerciantes que residen fuera de la ciudad algunos prefieren volver para realizar sus compras directamente. Los bordados en las blusas y camisas se realizarán a base del hilo de fibra de cabuya que se encuentra principalmente en los sectores de Intag y San Roque, donde se podrá detallar que existe una gran variedad de colores que son bastante útiles para la combinación de diferentes tonos en los bordados, lo esencial de estos productos bordados a mano es que son novedosos y creativos que se adaptan a los gustos y preferencias de los turistas.

La actividad artesanal ha sido una parte fundamental en el sector ya que mediante estas actividades los pueblos indígenas han mejorado en cierto porcentaje su calidad de vida, pero simplemente enfocados en una mínima producción sin tener una marca o un logotipo que los identifique, siendo así que los ingresos son muy limitados por las mínimas ventas que realizan a nivel local, son estos los principales factores que afectan a los productores artesanos así como también los recursos económicos limitados para poder ampliar el negocio y ser reconocidos en el mercado nacional y extranjero.

Se pretende impulsar la actividad productiva textil en la comunidad San Juan Alto con el establecimiento de una microempresa legalmente constituida, impulsando la actividad textilera con productos de óptima calidad y cumpliendo con todos los requisitos. Las causas para formar microempresas constituidas son el temor de acceder a créditos que brindan las entidades financieras y luego no poder cubrir los pagos, el cual genera un estancamiento en los productores y por ende surgen efectos del desempleo y la migración.

Elaborado por: Yesenia López

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional que permita conocer el contexto actual del cantón Otavalo mediante el análisis de la matriz AOOR.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los aspectos demográficos y geográficos del cantón Otavalo y la Comunidad Kichwa San Juan Alto.
- Determinar las culturas y tradiciones de los pueblos Kichwas Otavalo.
- Conocer los aspectos sociopolíticos y socioeconómicos de la ciudad y la comunidad.

### 1.3. Matriz de relación diagnóstica

*Tabla N° 1 Matriz de relación diagnóstica*

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente de Información	Técnica	Población objeto de estudio
<b>Objetivo 1:</b> Identificar los aspectos demográficos y geográficos del cantón Otavalo y la Comunidad Kichwa San Juan Alto.	Aspectos Demográficos y Geográficos	Historia	Secundaria	Investigación documental y bibliográfica	Sitio web de la Cámara de Turismo Otavalo. GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Ubicación y Coordenadas	Secundaria	Investigación documental y bibliográfica	Sitio web de la Cámara de Turismo Otavalo. GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Límites y características climáticas	Secundaria	Investigación documental	GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Población	Secundaria	Investigación bibliográfica	Páginas del INEC
		División Política Administrativa	Secundaria	Investigación documental	GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Idioma, Religión, Etnia y Vestimenta	Secundaria	Investigación bibliográfica	Sitio web de la Cámara de Turismo Otavalo.

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016



Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente de Información	Técnica	Población objeto de estudio
<b>Objetivo 2:</b> Determinar las culturas y tradiciones de los pueblos Kichwas Otavalo.	Aspecto Cultural y Tradicional	Creencias y símbolos	Secundaria	Investigación documental	GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Atractivos Naturales y Culturales	Secundaria	Investigación bibliográfica	Sitio web de ViajandoX.com ( Pueblo Otavalo)
		Turismo y procedencia de turistas	Secundaria	Investigación documental y bibliográfica	Archivos de la cámara de turismo de Otavalo. GAD Municipal de Otavalo Srta.: Daniela Cisneros - Área de Rentas.
<b>Objetivo 3:</b> Conocer los aspectos sociopolíticos y socioeconómicos de la ciudad y la comunidad.	Aspecto Sociopolítico y Socioeconómico	Organizaciones	Secundaria	Investigación bibliográfica	Sitio web de ViajandoX.com ( Pueblo Otavalo)
		Dinámica Económica Cantonal	Secundaria	Investigación documental	GAD Municipal de Otavalo Srta. Daniela Cisneros. Área de rentas
		Principal Actividad Económica, Principales mercados	Secundaria	Investigación documental	Archivos de la comisaría Municipal de Otavalo Sr. Freddy Proaño

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

## **1.4. Mecánica operativa**

### **1.4.1. Técnicas e instrumentos**

El diagnóstico situacional se realizó en base a archivos documentales que facilitó el Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, la Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local de Otavalo.

### **1.4.2. Información secundaria**

La información secundaria consistió en la investigación linkográfica de los sitios web del municipio y de la dirección de turismo de Otavalo, la cual fue utilizada para la obtención de la información necesaria para la elaboración de la matriz del diagnóstico situacional.

## **1.5. Aspectos demográficos y geográficos**

### **1.5.1. Historia**

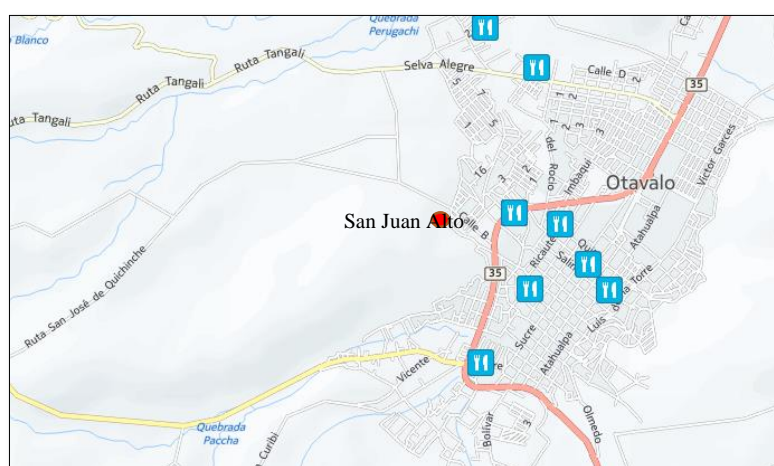
El plan de vida de Otavalo (2001), resume la síntesis histórica del cantón y señala que de legitimarse la hipótesis del HOMO OTAVALENSIS u HOMO OTAVALUS nuestra antigüedad dataría de unos 28.000 años atrás. Si diferentes son los testimonios que buscan explicar la presencia de los primeros habitantes del sector, es lógico deducir que el origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones. En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA.LO que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría significado” en lo alto grande de laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona de traduciría “como cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”.

Por las evidencia, es más seguro afirmar que en toda la comarca se hablaba la lengua Caranqui la que, por motivo de las dos conquistas consecutivas: La Inca y la Española, fueron sustituyéndose paulatinamente y relativamente en forma tardía. La invasión Inca se produce a



La comunidad San Juan Alto se encuentra ubicada a diez minutos de la ciudad de Otavalo, cuenta con dos entradas principales, la primera es la panamericana vía San José de Quichinche que cruza a la comunidad San Juan Alto, La Banda, Panecillo entre otras comunidades también es imprescindible mencionar que entre la comunidad Kichwa San Juan alto y el cantón Otavalo se encuentra la piscina Lagartijas que forma parte de un gran atractivo turístico del cantón. La segunda entrada es la Ciudadela Yanayacu cruzando la comunidad San Juan Bajo hasta llegar al estadio principal de la comunidad San Juan Alto.

**Gráfico N° 2 Ubicación Comunidad Kichwa San Juan Alto**



Fuente: google.map  
Año: 2016

### 1.5.3. Límites y características climáticas

Hay diferentes altitudes, desde los 1100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura, la temperatura promedio es de 14 grados centígrados. Los límites que conforman los alrededores de la ciudad de Otavalo son:

**Tabla N° 2 Límites Otavalo**

Límites	Al Norte	Al Sur	Al Este	Al Oeste
<b>Cantones</b>	Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra	Quito (Pichincha)	Ibarra, Cayambe (Pichincha)	Quito (Pichincha), Cotacachi

Fuente: GAD de Otavalo  
Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

#### 1.5.4. Población

Otavalo cuenta con un total de 104.875 habitantes de los cuales el 52% son mujeres mientras que el 48% son hombres. El 44,3 % de la población total está encuentra asentada en el sector urbano y 55,7 % en el sector rural. La población Otavaleña está conformada por indígenas que se hallan organizadas en 157 comunas, los mestizos y también un mínimo porcentaje de afros ecuatorianos

La comunidad Kichwa San Juan Alto está conformada por 147 familias inscritas en el último registro de comuneros y está conformado con el 95% de indígenas y un 5% de mestizos.

#### 1.5.5. División Política Administrativa

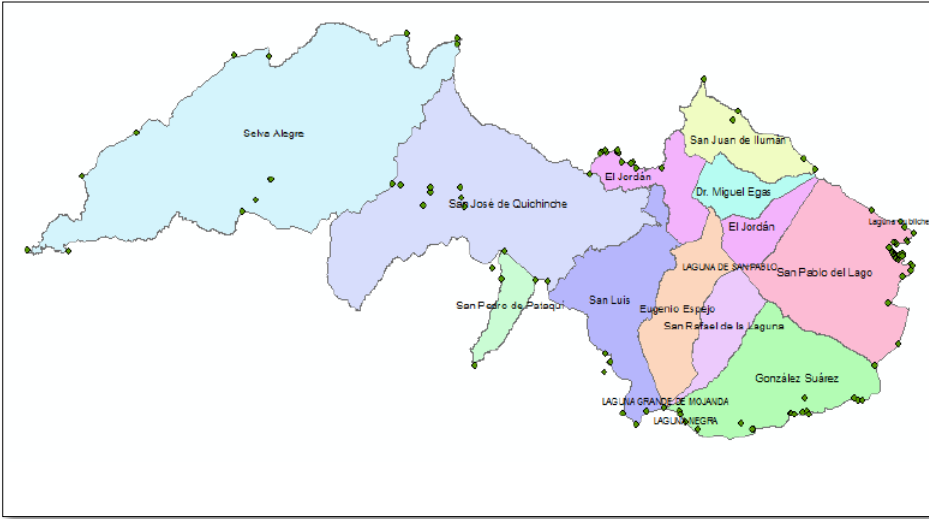
El cantón Otavalo está integrado por once parroquias, dos urbanas y nueve rurales.

**Tabla N° 3 División Política Otavalo**

Urbanas		Rurales
1.- San Luis	2.- El Jordán	3.- Eugenio Espejo
<b>Comunidades</b>		4.- San Pablo de Lago
Imbabuela Alto	Cotama	5.- Gonzalo Suárez
Imbabuela Bajo	Guaninsi	6.- San Rafael
Mojanda	La bolsa	7.- San Juan de Ilumán
Mojanda Mirador	Gualapuro	8.- Dr. Miguel Egas Cabezas
Mojandita	Camuendo	9.- San José de Quichinche
Taxopamba	Libertad de Azama	10.- San Pedro de Pataquí
Cuatro Esquinas	La compañía	11.- Selva Alegre
San Juan Alto		

**Fuente:** GAD de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Gráfico N° 3 Organización Territorial del Cantón



**Fuente:** Instituto Nacional de Censos del Ecuador – INEC. División Política Administrativa del Ecuador  
**Elaborado por:** Consultoría PDOT – O. 2011 – GAD de Otavalo  
**Año:** 2016

1.5.6. Idioma, Religión, Etnia y Vestimenta

El idioma utilizado es: el Castellano y Kichwa, existe la libertad de escoger la religión pero la que predomina es la católica. Los mestizos y afroecuatorianos ejercen actividades en diferentes profesiones, tiendas, almacenes, transporte, servicios turísticos, entre otras.

Tabla N° 4 Etnias

Indígenas	
Este grupo de personas se dedican especialmente a la producción y comercialización de artesanías, la migración y la agricultura.	
Hombres	Mujeres
La indumentaria tradicional indígena tiene características propias en Otavalo. Los hombres usan camisa y pantalones blancos, poncho azul, sombrero y alpargatas.	Las mujeres visten blusa blanca bordada con diferentes colores y alegorías, anaco de colores azul y negro, una gruesa faja en la cintura y una fachalina sobre la blusa.

**Fuente:** [www.visitotavalo.com](http://www.visitotavalo.com)  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## **1.6. Aspecto Cultural y Tradicional**

### **1.6.1. Creencias y símbolos**

Las creencias y costumbres de estos pueblos están relacionadas con el tiempo, temporalidad dada por la naturaleza, por la agricultura, según el calendario greco-romano se realizaba la siembra hasta la cosecha del maíz. Para esta labor era obligatorio realizar ofrendas o pagos a la tierra, consistía en compartir con el Ayllu y la Pachamama, comiendo y enterrando en el suelo un mediano (comida ritual), para que ella sea más fecundada y produzca buenas cosechas. Además podemos mencionar las diferentes tradiciones de este pueblo como son las fiestas en cada temporada.

- Pawkar Raymi en honor a las primeras florecencias del maíz y de otros alimentos cultivados.
- Koya Raymi es un ritual de la luna y la tierra como elementos de la fecundidad.
- Capac Raymi es un ritual que no se aplica pero que aún permanece con vida en el conocimiento tradicional de la gente que quieren recuperar.
- Inty Raymi o Fiestas del Sol como una muestra de agradecimiento a la madre tierra y al sol por la maduración de los frutos.
- Yamur Tutay o Fiestas del Yamor en donde se prepara la chicha con siete variedades de maíz.

El Gobierno Municipal de Otavalo a fin de fortalecer la cultura e interculturalidad, año a año bajo una agenda y en coordinación con las instancias y Ministerios respectivos; organiza o es parte de los eventos culturales como estas fiestas que reafirman la identidad y el orgullo cantonal.

### **1.6.2. Atractivos naturales y culturales**

Otavalo es una ciudad llena de lugares hermosos para la visita de turistas nacionales y extranjeros.



**Tabla N° 5 Atractivos Naturales y Culturales**

<b>Zona central del centro histórico –Otavalo</b>	
○ Iglesia San Luis, El Jordán, San Francisco, La Inmaculada.	○ Plaza de los Ponchos.
○ Palacio Municipal.	○ Cementerio Indígena.
○ Parque central Simón Bolívar.	○ Los Portales.
○ Conjunto urbano arquitectónico o límite vertical del parque central.	○ El Batán, La Florida.
○ Molino de las Almas y El Batán.	○ Gruta del Socavón.
○ Piscina El Neptuno	○ Áreas centrales de los centros urbanos o núcleos concentrados de las cabeceras parroquiales.
○ Casa de Hacienda San Vicente.	○ Haciendas y elementos arquitectónicos circundantes.
<b>Alrededores de la ciudad de Otavalo</b>	
Cerro Imbabura	Parque Acuático de Araque
Cerro Fuya Fuya y Cusin	Cascada de Taxopamba
Pucará de Rey Loma	Las piscinas lagartijas
La Cascada de Peguche	Las piscinas de Tangalí
La Laguna de San Pablo	La hacienda el Romerol
Lagunas de Mojanda	Las fiestas de San José de Quichinche
Mirador el Lechero	La hacienda Pastaví
Feria de Animales	Los helados de Quichinche
Parque Cóndor	Las colinas de las comunidades altas como:
Tren Otavalo	Yambiro, Punyaro, y San Juan Loma.

**Fuente:** GAD de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 1.6.3. Turismo

Otavaló es uno de los cantones más conocidos de la provincia de Imbabura por su belleza paisajística, cultura, música y producción artesanal, razón por la que se determina la presencia de cadenas de turismo convencional y turismo comunitario. Es muy común observar la visita de turistas nacionales y extranjeros dentro del cantón especialmente los días sábados donde se conjugan diversas ferias como la feria artesanal concentrada en la Plaza de Ponchos.

Este mercado en forma gradual ha ido creciendo y diversificando su oferta de productos, hasta llegar a ser el mercado artesanal más grande e importante de América Latina en donde se exhiben productos en más de 3.000 puestos de venta. Atrae semanalmente a miles de visitantes, sea en grupos organizados por un tour operador o en forma individual. Es un sitio estratégico donde convergen no solo las artesanías propias de Otavaló sino de otras partes del Ecuador y de países como Colombia, Perú, Bolivia, Brasil y demás.

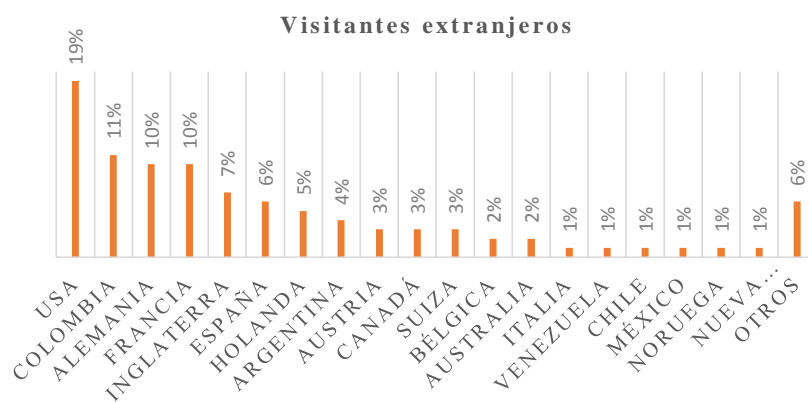
#### *Gráfico N° 4 Plaza de los Ponchos*



**Fuente:** [www.visitotavaló.com](http://www.visitotavaló.com)  
**Elaborado por:** GAD de Otavaló  
**Año:** 2016

#### ○ Procedencia de los turistas

Según el sondeo realizado por la Jefatura de Desarrollo Económico Local, unidad de turismo analizó que el lugar de procedencia de los turistas nacionales y extranjeros, en su mayoría provienen de Estados Unidos, Colombia, Alemania, Francia y las ciudades del país que más visitan Otavaló son: Guayaquil, Cuenca y Quito dentro de los más representativos.

**Gráfico N° 5 Nacionalidad de los visitantes extranjeros**

**Fuente:** Dirección de turismo de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 6 Ciudad de los visitantes nacionales**

**Fuente:** Dirección de turismo de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

La mayor parte de los turistas que visitan la ciudad son: estudiantes, empleados privados, empleados públicos, profesionales, comerciantes finalmente empresarios de diferentes países del mundo o de diferentes ciudades de nuestro país.

El 48% de los turistas permanecen más de un día de visita en el cantón utilizando servicios de hospedaje tipo comercial un 82%, y apenas el 16% utilizan hospedajes de tipo familiar que son ofertados en su mayoría en las comunidades donde se práctica el turismo comunitario.

**Tabla N° 6 Lugares Turísticos Visitados**

<b>Lugares visitados</b>	<b>Porcentajes</b>
Cascada de Peguche	25%
Laguna San Pablo	21%
Laguna Mojanda	6%
Cantón Otavalo (fiestas tradicionales y artesanías)	52%

**Fuente:** Dirección de turismo de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

La producción artesanal es un atractivo turístico que posee Otavalo como los telares en Peguche, la plaza de los ponchos, artesanías en totora en San Pablo y los sombreros en Ilumán conjuntamente con la práctica de la medicina ancestral que aún se mantienen en esta parroquia ya que forman parte de los recorridos turísticos del cantón.

## **1.7. Aspectos sociopolíticos y socioeconómicos**

### **1.7.1. Organizaciones**

Los indígenas en su mayoría se encuentran ubicados en el sector rural conocidas comúnmente como las comunidades, cada uno con sus costumbres y vivencias, este grupo de personas tienen principalmente culturas y tradiciones que se mantienen unidos por sus conocimientos ancestrales, a pesar de esto también existe el matrimonio católico, la unión libre. Estas comunidades han sido forjados para realizar trabajos artesanales por el cual estos productores están amparados por el comité interinstitucional de fomento artesanal ya sean estos para el sector rural y urbano, estas también se unen con otras organizaciones como la FISI (Federación Indígenas y Campesina de Imbabura) y el UNORCAC, quienes a su vez pertenecen a la ECUAUNARI y a la FENOCIC respectivamente.

### **1.7.2. Dinámica Económica Cantonal**

La población Kichwa Otavalo representa el 48% de la población, predomina actividades artesanales, el comercio, producción de textiles, cestería, música, producción de fajas, alpargatería, panadería, venta de harinas, granos en general y en menor escala la agricultura, identificando también el desarrollo del turismo como parte de las actividades potenciales que actualmente se están realizando. Estas actividades se concentran principalmente en las parroquias de San Rafael, Eugenio Espejo, Miguel Egas, Quichinche, Ilumán, El Jordán y San Luis.

Otavalo cuenta aproximadamente con 7.000 comerciantes y se encuentran divididos en distintos sectores como: el mercado 24 de mayo, sector canchón, mercado copacabana, mercado centenario, mercado de animales, mercado Imbaya.

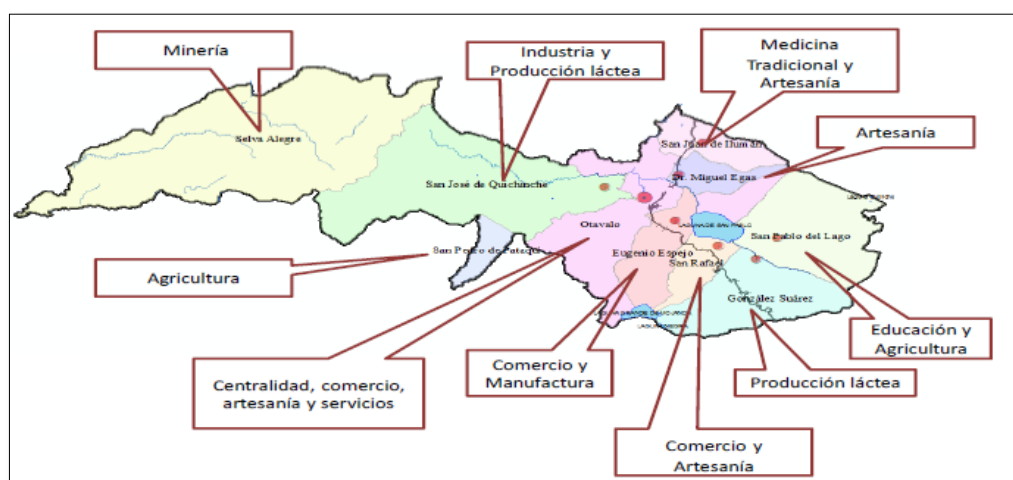
Entre los días de mayor actividad se extiende la feria los días miércoles en las calles Quiroga y Salinas alrededor de la Plaza de Ponchos y los sábados se concentran las ventas desde las calles Modesto Jaramillo y Sucre desde la calle Juan Montalvo hasta la Av. Quito, es importante mencionar que los comerciantes provienen de diferentes sectores de la provincia y del país.

La comunidad que mayormente predomina en la producción de productos artesanales es Peguche ya que fabrican en gran cantidad los chales, ponchos, hamacas, prendas de vestir entre otros productos, también seguido por Agato, Ilumán, Quinchuquí, Punyaro, La Joya y el resto del centro de la Ciudad.

### **1.7.3. Principal actividad económica**

Las actividades económicas que se generan al interior del cantón son diversas, dentro de las más importantes podemos señalar al comercio que representa el 22%, industria y manufactura 19%, otras actividades 18%, turismo 10%, financiera 8%, agricultura 7%, construcción 7%, transporte 5%.

### Gráfico N° 7 Especialización por territorio



**Fuente:** La comisaría de Otavalo  
**Elaborado por:** Comisaría del GAD de Otavalo  
**Año:** 2016

#### 1.7.4. Mercados Principales

##### ○ Mercado centenario (plaza de ponchos)

La plaza de los ponchos cuenta con 4.600 comerciantes, dividido en Asociaciones como la Unaimco, Asociación de vendedores Plaza Centenario y Asociación 12 de Octubre, según la asociación Unaimco se encontró alrededor de 19 puestos (**Ver anexo N° 5, p. 264**) y según los datos de las patentes del municipio de Otavalo se encuentran registrados alrededor de 17 locales (**Ver anexo N° 5, p. 264**) que se dedican específicamente a la producción y comercialización de prendas de vestir bordadas artesanalmente, teniendo un total aproximado de treinta y seis artesanos que se dedican a esta actividad. Entre los principales productos que producen y comercializan son:

**Tabla N° 7 Tipos de Artesanías –Plaza de los ponchos**

Bufandas	Atrapa sueños	Prendas de	Gorras y	Shigras
Chalinas	Ponchos	vestir	sacos de lana	Artesanías a mano.
Pulseras	Fajas	artesanales		Tapices y más

**Fuente:** Comisaría del GAD de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### ○ **Mercado Copacabana**

Los días feriados en este mercado son los días miércoles y sábados, se encuentran divididos en seis sectores como: la plancha interior, exterior, hall, arcos, segunda plancha y el garaje del mercado, están divididas en distintas asociaciones según la ubicación interna los cuales son: Asociación 30 de junio, Asociación de vendedores mercado copacabana, Asociación 14 de febrero y la Asociación Jesús del Gran Poder. Cabe recalcar que el 80% son comerciantes y fabricantes de la Ciudad de Atuntaqui y el resto pertenece a diferentes sectores de la ciudad, los productos ofertados son:

***Tabla N° 8 Tipo de Artesanías - Mercado Copacabana***

Ropa Térmica	Ropa de punto de	Sacos de lana.	Chalecos térmicos.
Calentadores	niños y adulto.	Camisetas y buzos de	Medias
		algodón.	Licras

**Fuente:** Comisaría del GAD de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

La comunidad Kichwa San Juan Alto también es un sitio donde existe actividad artesanal, la mayoría de las familias dedican su tiempo a la producción y comercialización de prendas de vestir y son los mismos quienes viajan a distintas ciudades del país convirtiéndose en proveedores para aquellas personas que tienen locales como en Guayaquil, Cuenca, Quito, Ambato.

También otro porcentaje de comuneros desde tiempos anteriores son migrantes a otros países como: España, México, Chile, Colombia entre otros con el fin de mejorar la economía familiar, pero realizando compras de artesanías en sus mismas comunidades o en la ciudad de Otavalo.

### 1.8. Determinación de los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos.

**Tabla N° 9 Matriz AOOD**

Aliados	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El cambio de la matriz productiva del país impulsa a comprar productos hechos en Ecuador lo cual disminuye las importaciones.</li> <li>○ El ministerio de industrias y de productividad brinda asesoramiento para la creación de microempresas lo cual promueve ofertar productos de calidad.</li> <li>○ La Dirección de turismo de Otavalo brinda información acerca de las tradiciones, culturas y lugares turísticos de la ciudad lo cual impulsa la visita de los turistas.</li> <li>○ Las mujeres Kichwas de las comunidades conocen el proceso de los bordados a mano el cual ayuda a agilizar la elaboración del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El bordado a base de hilo de fibra de cabuya constituye un producto único en el mercado el cual permite fidelizar a los consumidores.</li> <li>○ Existencia de una demanda potencial de turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Otavalo el cual permite la ejecución del proyecto.</li> <li>○ Apertura de nuevos puntos de venta el cual permite el posicionamiento y reconocimiento del producto ofertado.</li> <li>○ El precio de venta tanto de blusas y camisas no tienen mucha variación el cual permite que los turistas opten por cualquiera de estas dos prendas.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016



### Matriz AOOR

Oponentes	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Los locales establecidos en la ciudad de Otavalo son los principales competidores que estancan a la creación de nuevas microempresas.</li> <li>○ Los productos importados del Perú ofrecen prendas a precios inferiores lo cual afecta al normal desenvolvimiento de la microempresa en el mercado.</li> <li>○ El precio de venta de los productos ofrecidos en el mercado competidor más bajos lo cual ocasiona la pérdida de potenciales clientes.</li> <li>○ Los competidores tienen más conocimiento de los mercados por ende conocen la rotación de turistas y el periodo de compra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ El alza de precios de la materia prima afecta al precio normal del producto.</li> <li>○ La incorporación de nuevas leyes del gobierno que afecte la producción de la cabuya y reduzca en gran porcentaje el cultivo del mismo.</li> <li>○ La inclusión de nuevos impuestos para las Mypimes por parte del gobierno afecta el normal desarrollo de la microempresa.</li> <li>○ Las medidas de salvaguardia no son respetadas, el cual causa contrabando de ropa que afecta al sector textil artesanal.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### **1.9. Determinación de oportunidad de la inversión del proyecto.**

El establecimiento de una microempresa en la comunidad Kichwa San Juan Alto es una ventaja para Cabutex ya que se encuentra cerca de la ciudad de Otavalo; los turistas, en primera instancia hablan de la plaza de los ponchos y sus alrededores ya que ofrecen una gran variedad de artículos que se muestran todos los días del año, lo cual hace que sea una ciudad muy reconocida y atractiva para la visita de los turistas nacionales y extranjeros quiénes son los que fortalecen la economía del cantón.

Con la creación de esta microempresa impulsará el turismo en las zonas rurales ya que los pueblos cuentan con diversas culturas, tradiciones, lugares turísticos tanto dentro y fuera de la ciudad como son sus alrededores, por ejemplo: las piscinas lagartijas que es un centro recreativo, los miradores altos de las comunidades, las caminatas por las montañas entre otros, siendo estos lugares los que llaman la atención a los turistas.

Hoy en día, el producir y comercializar productos de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores se ha convertido en uno de los factores principales para competir, por esta razón se propone la creación de una microempresa que pretenda cubrir los gustos y preferencias de los consumidores con bordados a mano a base de hilo de fibra de cabuya combinados en distintas gamas de colores, creando diseños y modelos nuevos para el cumplimiento de todos los factores y estar en constante actualización con respecto a la moda. Un aspecto positivo en la comunidad es que generará más fuentes de empleo para las personas que habitan en el sector, haciendo que sus niveles económicos aumenten de tal manera que se sientan a gusto con la prestación de la mano de obra, realizando bordados a mano en los productos.

### **1.10. Análisis del diagnóstico situacional**

Con el análisis del diagnóstico situacional se pudo conocer el aspecto demográfico, geográfico, número de pobladores, culturas, tradiciones, turismo, actividades económicas del cantón Otavalo y de la comunidad Kichwa San Juan Alto. Según los datos recopilados de diferentes organismos se llega a la conclusión de que existe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros de diferentes países del mundo, también; atractivos naturales que permiten el aumento de visitantes tanto a la ciudad como a comunidades, además; se conoce que los productos ofertados por la competencia son de diferentes materiales algunos similares al producto de este proyecto y otros totalmente distintos, el cual; es una ventaja para ofertar un producto nuevo como los bordados a mano con fibra de cabuya.

Todos los puntos antes tratados son fundamentales para determinar la matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Las blusas y camisas

(Diccionario de la lengua española, 2013) En este diccionario menciona la diferencia entre estos dos tipos de prendas.

*La blusa es una prenda exterior femenina, de tela fina, que cubre la parte superior del cuerpo y se abrocha por delante por detrás: una blusa de seda blanca.*

*La camisa es una prenda de vestir lino, algodón u otra tela, que se pone inmediatamente sobre el cuerpo o sobre la camiseta.*

Para mejor comprensión expreso mi propio criterio acerca de estas prendas de vestir, son productos elaborados tanto para hombres y mujeres con diferentes detalles, colores, diseños, modelos que satisfacen las necesidades de los consumidores al momento de usar la prenda.

#### 2.2. Tela

(Martinez Aguirre, 2012) Expresa el significado de la tela.

*En la actualidad existe una extensa variedad de telas, las hay de fibras naturales, de fibras artificiales, de una sola fibra o compuestas, de densidades y acabados diferentes, etc. La manipulación fácil de una tela para su confección depende de sus propiedades físicas, y de esto depende el tiempo que se tarda en hacer una prenda. (p.60)*

En base al concepto antes mencionado manifiesto mi propia conclusión acerca de este material indispensable para la elaboración de las prendas de vestir, la tela es una lámina extensa hecha con hilos finos que sirve como materia prima en la línea textil. A continuación se presenta tipos de tela que expresa el mismo autor.

### 2.2.1. Tipos de telas

(Martínez Aguirre, 2012) Menciona diferentes tipos de telas elaborados con diferentes fibras:

***Fibras naturales***

*Frutos: algodón, manta, mezclilla, gabardina y cabeza de indio.*

*Tallos: lino y otras telas de lino puro.*

*Camaño: cota, jergas, entre otros.*

***Combinadas: Poliéster lana, seda lana y algodón poliéster.***

***Fibras químicas: celulosa de la madera y algodón (rayones, lino, velos, terciopelos y acetatos).***

***Fibras sintéticas: Acetatos magnífica caída, brocados, telas de punto, acrílicos, nylon poliéster, supernylon y lycra. (p.60)***

En la actualidad existen diferentes tipos de telas, los cuales son utilizados para distintos usos ya sea como materia prima en la producción textil, para aseo o para vestimenta de los indígenas (pueblo Kichwa Otavalo).

### 2.3. Hilo

(Martínez Aguirre, 2012) Indica que el concepto del hilo y sus tipos:

*Hasta hace algunos años, el hilo de coser comúnmente usado era el hilo de fibras textiles retorcidas.*

*Sin embargo, en los últimos años han cobrado cierta importancia los hilos conocidos como monofilamentos también llamados hilos continuos, que son hilos sintéticos de un solo filamento o fibra continua. (pp. 51-52)*

Se entiende por hilo aquellas fibras obtenidas de distintas materias tal como: el algodón, poliéster, nylon entre otros que son utilizadas para coser, bordar, tejer y otros distintos usos. A continuación se indica los distintos tipos de hilo que expresa el mismo autor.

### 2.3.1. Tipos de Hilos

**Algodón:** *El algodón es una fibra corta de celulosa natural cuyas propiedades físicas la hacen muy popular, y crecen en cualquier parte del mundo.*

**Poliéster:** *El poliéster es una fibra sintética obtenida de una composición química de ácido tereftálico dimetileno y etileno glicol. Se funde, se extrae a través de una hilera y se estira en caliente para orientar las moléculas, por lo que se obtiene un filamento de diferentes tenacidades.*

**Nylon:** *El nylon es una fibra sintética formada por una reacción química entre la hexametildiamina y el ácido adípico. (pp. 51-52)*

Existen diferentes tipos de hilos que son elaborados de fibras naturales como el algodón, alpaca entre otros, que son utilizados para coser, bordar o realizar tejidos a mano o máquina.

### 2.4. Fibra de cabuya

(Estévez Medina, 2012) Explica que: “La cabuya es una planta de la familia de las agaváceas que crece en terreno con mucha piedra y cal. Tiene hojas lanceoladas, carnosas, en forma de pencas con aproximadamente un metro de largo y salen desde la raíz”.

(ViajandoX.com, 2014) Menciona que: “La cabuya es utilizada en el país para la fabricación de: envases (sacos), hilos, cordeles, alfombras, shigras, hamacas, rodapiés, tapices, tapetes, para la terminación de viviendas y edificios, adornos de calzado, sogas, soguillas y otros usos”.

Una vez conocido el concepto de dos autores se puede llegar a la conclusión de que la fibra de cabuya es obtenida de una planta dura pero son filamentos finos que son utilizados para la elaboración de distintos productos, además; podemos decir que son cordeles delgados insertables en agujas así como los hilos de algodón, nylon entre otros.

### 2.4.1. Tipos de fibra de cabuya

(Rosada, s.f.) Indica que existen diferentes tipos de fibras que son obtenidas de la misma planta pero con diferentes detalles o tamaños, entre las principales son:

#### ***Cabuya ripiw delgada y cabuya ripiw gruesa***

*Es un hilo que viene del fique, es un excelente material para la elaboración de tapices, mochilas en crochet, tapetes en telar vertical, guantes entre otras artesanías. Sus colores son muy variados.*

#### **Gráfico N° 8 Cabuya Ripw**



**Fuente:** Google: Lanas Casa Rosada  
**Año:** 2016

#### ***Cabuya pipiw retorcida y cabuya artesanal ( cava ):***

*Es un hilo que viene del fique pero retorcida en varios cabos, por lo tanto es más grueso que la cabuya ripio delgada y gruesa y también más resistente. Su uso es muy similar a la demás cabuyas ripio. Hay variados colores. La cabuya artesanal es más pareja y fina.*

#### **Gráfico N° 9 Cabuya Pipiw**



**Fuente:** Google: Lanas Casa Rosada  
**Año:** 2016

#### ***Cabuya polea***

*Es un hilo que viene del fique y alcanza un diámetro de 5mm aproximadamente. Viene en variados colores. Es muy utilizado para tejido en macrame, tapetes y tapices, entre otras artesanías.*

### Gráfico N° 10 Cabuya Polea



Fuente: Google: Lanas Casa Rosada  
Año: 2016

Existen diferentes tipos de fibra de cabuya, algunos son hilos gruesos, delgados y otros finos. Estos se obtienen de la rama de los pencos, se les realiza una serie de procesos para obtener el hilo para elaborar diferentes tipos de artesanías.

### 2.5. Principales Proveedores de la materia prima

Los artesanos dedicados a la elaboración de la fibra y productos hechos en cabuya se ubican en la comunidad de San Roque e Intag.

**Tabla N° 10 Proveedores de Hilo de Fibra de Cabuya**

Materia prima directa	Detalle	Proveedor	Encargado	Ubicación	Contactos
Fibra de cabuya	Hilo de fibra de cabuya	CABUYA AL POR MAYOR Y MENOR	Miguel Ángel Pineda	San Roque	0939560907
			María Echeverría	Intag	062900335
Tela	Lienzo	CEDEÑO	Oswaldo Saltos	Quito	022878014
	Hilo Poliéster	ENKADOR	Wilma Bolaños	Atuntaqui	023959260/062909797
Hilos	Hilo Prime	ENKADOR	Wilma Bolaños	Atuntaqui	023959260/062909797
	Hilo Maratón	IMPORTADORA SANTI	Yolanda Santillán	Atuntaqui	0992489517

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

Los proveedores de la fibra de cabuya se encuentran ubicados en San Roque e Intag, mientras que para la tela y los hilos se obtienen en la ciudad de Quito, Atuntaqui y Otavalo, son diferentes personas y empresas quienes proporcionarán la materia prima necesaria para la elaboración de los productos, principalmente el hilo para los bordados a mano a base de la fibra de cabuya y la combinación con otros tipos de hilos normales.



## 2.6. Bordados

(Durán Portillo, 2014) Menciona que existen dos tipos de bordados, los cuales son indispensables para obtener un producto llamativo, pero esto va de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores ya que algunos prefieren bordados a máquina y otros a mano, los cuales se detallan a continuación:

### 2.6.1. Bordados a máquina

*Existe una gran variedad de bordados profesionales que utilizando hilos específicos, consiguen magníficos bordado con hilo mate o brillante.*

*Para conseguir, la prenda es puesta en un bastidor (elemento imprescindible para cualquier tipo de bordados) y una vez incorporado el diseño deseado en el programa informático de la máquina, esta borda una réplica casi perfecta del mismo. Actualmente existen máquinas domésticas que pueden dar como resultado composiciones muy creativas.*

#### **Gráfico N° 11 Máquina Bordadora**



**Fuente:** MAINCO  
**Año:** 2016

### 2.6.2. Bordadas a mano

*Para este tipo de bordado se utilizan hilos más gruesos y con una presentación diferente a la hora de adquirirlos, ya que habitualmente se suelen encontrar en madejas de diferentes pesos, como, por ejemplo, el hilo mouliné, hilo perlé, hilos enroscado, hilos de seda, etc.*

#### **Gráfico N° 12 Hilos para bordar**



**Fuente:** Artesanías Inty Raymi  
**Año:** 2016

Para realizar estos tipos de bordado es preciso utilizar agujas, bastidor, hilo adecuado para cada tipo de tela, todo ello adecuándolo ya sea en la máquina o a mano para finalmente obtener un producto final esperado.

## **2.7. Diseño, corte y confección**

(Peña, 2009) Señala que para elaborar una prenda de vestir es importante seguir una serie de procedimientos para tener acabados de calidad y por ende productos listos para la venta, los pasos a seguir son:

### ***Pasos para diseñar***

- *El primer paso para diseñar es dibujar el objeto de donde quiera sacar el modelo.*
- *Sacar el modelo del dibujo que se ha hecho.*
- *Cortarlo sobre papel cartón para finalmente tener un molde de cada tipo de prenda.*

### ***Pasos para cortar***

- *Colocar el molde sobre la tela,*
- *marcar y cortar.*

### ***Pasos para confeccionar***

- *Estando cortado en tela se comienza a armar los pedazos obviamente cosiendo en máquinas.*
- *Después que ya se haya armado la prenda se plancha abriendo costuras.*

### ***Pasos para darle terminado a una prenda***

- *Estando armada la prenda se le hacen acabados a mano, se le pegan accesorios si es necesario y se observa que todo haya quedado perfecto.*

En toda empresa productora de tipo textil siguen un procedimiento o pasos a seguir para obtener un producto final. En el caso de Cabutex inicia con el corte de acuerdo al diseño, modelo, talla que desea producir, después sigue con la confección, bordados, acabados y empaque.

## 2.8. Principales proveedores de maquinarias

**Tabla N° 11 Proveedor de la maquinaria**

Maquinaria	Proveedor	Encargado	Ubicación	Contactos
OVERLOCK GEMSY GEM757F	MAINCO	Paulina Bolaños	Atuntaqui	062530743/062530558
RECUBRIDORA GEMSY GEM500B-02	MAINCO	Paulina Bolaños	Atuntaqui	062530743/062530559
RECTA GEMSY GEM8900 / GEM8500	MAINCO	Paulina Bolaños	Atuntaqui	062530743/062530560
CORTADORA VERTICAL GEMSY	MAINCO	Paulina Bolaños	Atuntaqui	062530743/062530561

Fuente: MAINCO

Elaborado por: Yesenia López

Año: 2016

**Gráfico N° 13 Maquinarias**

Máquina Recta	Máquina Overlook	Cortadora	Recubridora
			

Fuente: MAINCO

Elaborado por: Yesenia López

Año: 2016

## 2.9. Diseño y presentación

(Schnarch K, 2013) Dice que:

*Otra manera de aumentar las singularidades del producto es mediante el proceso de diseño. Los productos bien diseñados captan atención y provocan mayores ventas. Un buen diseño contribuye a la utilidad de un producto tanto como a su aspecto, y contempla: la apariencia, su factibilidad de uso y reparación, y su seguridad. (p.133)*

Al momento de realizar la venta, los consumidores son quienes observan, analizan si el producto satisface sus necesidades, entonces; incluye la manera de presentar un producto ante la sociedad con diseños de acuerdo a la moda para poder vender.

## 2.10. Etiqueta

(Vásconez, 2013) Afirma que: “Es cualquier rótulo, marbete, inscripción, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o huecograbado o adherido al producto, es con el propósito de dar a conocer ciertas características específicas del producto”.

Es aquel pedazo de tela, cartón u otro material donde se imprime una pequeña información del producto y de la microempresa, este es adherido ante un producto para saber de lo que es y de lo que se trata.

### 2.10.1. Requisitos de etiquetado



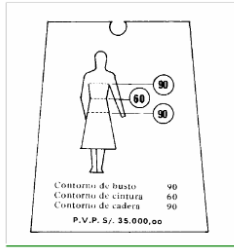
(INEN, 2013) Menciona que existen diferentes pasos para el etiquetado, también la existencia de normas que deben cumplir antes de ofertar un producto.

- *La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente la información en otros idiomas.*
- *Previo a la importación o comercialización de productos nacionales, deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.*
- *La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima, la cual debe estar de acorde con lo establecido en el NTE INEN 1875:*
  - ✓ *Talla para prendas y complementos de vestir.*
  - ✓ *Dimensiones para ropa de hogar.*
  - ✓ *Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizados.*
  - ✓ *Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.*
  - ✓ *País de origen*
  - ✓ *Instrucciones de cuidado y conservación*
  - ✓ *La información mínima requerida del INEN 1875, puede colocarse en una o más etiquetas.*

Una empresa para poder producir y comercializar un producto debe cumplir con una serie de requisitos imprescindibles para obtener un bien de calidad con su respectivo etiquetado, apto para los consumidores.

### 2.10.2. Ejemplo de etiquetado

**Gráfico N° 14 Etiquetado**

Etiqueta técnica	Etiqueta de marca	Etiqueta adicional
		

Fuente: INEN 1875  
Año: 2016

### 2.11. Empaque, embalaje

(Schnarch K, 2013) Menciona que:

*El empaque es un soporte comunicacional sobre el que se transmite mensajes que permiten identificar la marca y al fabricante, siendo más que un contenedor. Sin embargo para el producto llegue a manos del comprador, para que sea distribuido, transportado, vendido e incluso consumido, debe ser empacado y embalado. El empaque se refiere a las actividades necesarias para diseñar y producir el recipiente o envoltorio de un producto. (p.135)*

En primera instancia las palabras empaque y embalaje en un producto significa: una envoltura de diferente material que se utiliza para proteger un bien pero dependiendo la fragilidad del mismo para finalmente transportarlo.

## 2.12. Microempresa

(Legislación Codificada, 2014) Define que:

*Microempresa es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales que se dedican a la producción, servicio y/o comercio, en los subsectores de alimentos, cerámico confecciones-textil, cuero y calzado, electrónico-radio-TV, gráfico, hotelería-restaurantes-turismo, químico - plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, servicios profesionales, transporte, servicios públicos y cuidado de carreteras, y otros. (p. 32)*

Para mi propio criterio una microempresa son: negocios pequeños conformados por personas naturales o jurídicas que inician actividades económicas en diferentes sectores de la economía, ya sea en la prestación de servicios o en la producción de bienes pero con el fin de obtener ganancias.

### 2.12.1. Importancia de microempresa

(Comunidad Andina de Naciones, 2013) Según la CAN indica que:

*Las Mipymes en Ecuador tienen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos y podrían constituirse en el motor del desarrollo del país, alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional”, señala un estudio publicado en agosto y realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), denominado Estudios Industriales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.*

Las microempresas son de suma importancia para el país, ya que estas constituyen la base principal para el cambio de la matriz productiva, ofertando productos de calidad para la comercialización de productos a nivel nacional e internacional. La creación de estos negocios es el resultado de aquellas personas que tienen un espíritu emprendedor de crear o innovar un producto y después ofertar en el mercado.

## 2.13. Parámetros para la conformación de una microempresa

(Comunidad Andina de Naciones, 2013) Señala que para la conformación de una microempresa se debe tener una base legal, el cual se señala a continuación:

*Una microempresa tiene entre 1 y 9 trabajadores, la pequeña empresa, entre 10 y 49; la mediana, entre 50 y 199; y, la grande, más de 200 empleados. Y según el último Censo Económico de 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), del total de empresas en el país, el 95,4% corresponde a microempresas; el 3,8%, a pequeñas; el 0,6 %, a medianas; y, el 0,2%, a grandes.*

Para conformar un negocio existe una serie de parámetros que se debe cumplir, en este caso para ser llamado microempresa no debe exceder con más de 9 trabajadores.

### 2.13.1. Monto y número de empleados

(Chacón, 2010) Las normativas de la CAN señala que se debe: “Acoger la siguiente clasificación de las PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la comunidad Andina en su resolución 1260 y la legislación interna vigente”:

**Tabla N° 12 Capital para constituir una Microempresa**

Variables	Microempresa
Personal Ocupado	1- 9
Valor Bruto de las ventas anuales	< 100.000
Montos Activos	Hasta US\$ 100.000

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 2.13.2. Microempresarios Obligados a llevar contabilidad

(Fransisco, 2012) Menciona que:

- *Los microempresarios que han aportado más de USD 60.000 en efectivo o en activos (maquinaria etc.) de su propio bolsillo para iniciar su negocio.*
- *Los microempresarios que tienen ingresos totales superiores a USD 100.000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre).*
- *Los que presenten costos y gastos cada año que superan a los USD 80.000*

Si el negocio genera ingresos menores a USD \$60.000 cada año (desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre), califica para sacar el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano).

### 2.14. Persona natural

(Servicio de Rentas Internas, 2014) Señala que:

*Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.*

Son aquellas personas nacionales y extranjeras que ejercen una actividad económica y deben estar expuestas a cumplir las normas y leyes expuestas por el SRI u otras entidades.

#### 2.14.1. Clasificación de personas naturales

(Servicio de Rentas Internas, 2014) Explica que: las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad.



***Obligadas a llevar contabilidad***

*Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.*

*En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.*

Los obligados a llevar contabilidad son aquellas personas naturales o jurídicas que realizan actividades comerciales y están sujetas a cumplir reglamentos, leyes e impuestos por el SRI. Las empresas que superan los valores establecidos por el SRI en el rubro de ingresos y gastos deben declarar impuesto establecidos por el SRI.

***No obligadas a llevar contabilidad***

*Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.*

No obligados a llevar contabilidad son aquellas personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas en el país pero están obligados a realizar un registro de ingresos y gastos.

## 2.15. Declaraciones del IVA e Impuesto a la renta

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC:

**Tabla N° 13 Tabla de Declaraciones**

Noveno dígito RUC	IVA			Impuesto a la renta
	Mensual	Semestral		
		Primer semestre	Segundo semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas  
**Año:** 2016

### 2.15.1. Formularios

(Servicio de Rentas Internas, 2014) Indica que:

*A partir del 10 de marzo se encuentran disponibles los formularios actualizados para declarar el Impuesto a la Renta de personas naturales y sucesiones indivisas.*

- *102 Impuesto a la Renta para personas naturales y sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad*

- *102-A Impuesto a la Renta para personas naturales y sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad.*

Existen diferentes formularios para realizar declaraciones de diferentes impuestos por parte de las empresas grandes medianas, pequeñas. En la actualidad, el SRI brinda facilidades a los contribuyentes para realizar declaraciones por ejemplo la plataforma de declaraciones por la web del SRI.

## **2.16. Pasos para crear una microempresa**

### **2.16.1. Registro único de contribuyentes (RUC)**

(Servicio de Rentas Internas, Requisitos para obtener el RUC, 2015) Nos indica los pasos para obtener el RUC:

*Los requisitos generales para la obtención del RUC son las siguientes:*

- *Original y copia de cédula de identidad*
- *Copia de la papeleta de votación*

*Si es artesano debe adjuntar:*

- *Original y copia de la calificación emitida por el organismo competente: Junta Nacional de Defensa del Artesano MIPRO.*
- *Únicamente los artesanos que tienen calificación de la Junta Nacional de Defensa del Artesano pueden acogerse al artículo 56 de la LORTI. Son válidos los certificados de renovación de la calificación artesanal emitidos por la Junta Nacional de Defensa del Artesano; siempre que conste con todos los datos de la calificación.*

Todos los contribuyentes que realicen una actividad económica están obligados a obtener el registro único de contribuyentes para de esa manera pagar un impuesto dependiendo al tipo de actividad y emitiendo comprobantes de venta autorizados por el Servicio de Rentas Internas.

### 2.16.2. Permiso de bomberos

(Rodríguez, 2015) Explicó que para la apertura de una microempresa o local se debe presentar los siguientes requisitos:

- *Copia de la cédula de ciudadanía*
- *Copia de la papeleta de votación*
- *Copia del Impuesto Predial*
- *Hoja de inspección (al momento de realizar la inspección la microempresa o el local debe tener: un extintor de 10 libras PQS, un detector de humo y números de emergencia.*
- *Plan de contingencia si lo requiere.*

Una empresa en general está obligado a tener un plan de contingencias para evitar riesgos, una de ellas son tener señaléticas que permitan visualizar distintos tipos de peligros que se produzcan dentro del lugar de producción o en los locales.

### 2.16.3. Patente municipal

(Gobierno Autónomo Descentralizado Otavalo, 2015) Según el área de información mencionó que para la obtención de la patente se requiere de los siguientes requisitos:

***Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.***

- *Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.*
- *Copia de RUC actualizado (en caso de poseerlo).*
- *Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior (para quienes estén obligadas a declarar y hayan cumplido un periodo fiscal de funcionamiento).*
- *Copia de la última declaración del IVA (para quienes no están obligadas a declarar el impuesto a la renta).*
- *Informe de uso de suelo, para establecimientos de diversión, de expendio de alimentos, mecánicas, talleres, artesanales, carpinterías, industrias y otros de naturaleza similar.*
- *Permiso del cuerpo de bomberos.*

- *Formulario de solicitud y declaración de patente.*
- *Copia del pago de Impuesto predial del año en curso.*
- *Si el local es arrendado traer la copia de contrato de arriendo.*
- *En caso de ser artesano calificado debe presentar:*
  - *Copia de la calificación artesanal actualizada, otorgada por la Junta Nacional de Defensa de Artesano o de acuerdo del Ministerio de Industrias y Productividad.*
  - *Adquirir formulario de exoneración de impuestos en recaudación.*
  - *Si en el sistema ya consta exonerado, presentar copia de la calificación artesanal.*

***Personas naturales obligadas a llevar contabilidad.***

- *Formulario de solicitud y declaración de patente (especie valorada)*
- *Copias de cédula de ciudadanía y papeleta de votación (por primera vez)*
- *Copia de RUC actualizado*
- *Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior (para quienes estén obligadas a declarar y hayan cumplido un periodo fiscal de funcionamiento).*
- *Balance de Situación Inicial.*
- *Únicamente para establecimientos nuevos, informe de uso de suelo y factibilidad emitidos por las jefaturas de control urbano y gestión de calidad ambiental, en base al plan de ordenamiento territorial vigente, para actividades detalladas en la tabla 2, publicada en la página web institucional [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec).*
- *Copia de permiso actualizado del cuerpo de bomberos de Otavalo.*
- *En caso de ser artesano calificado presentar lo mencionado en los no obligados a llevar contabilidad.*

Todas las empresas que realicen actividades económicas ya sea de bien o servicio están obligados a obtener una patente en el Gobierno Autónomo Descentralizado competente para poder obtener un permiso de funcionamiento y de esa manera establecer puntos de venta en la ciudad.

**Tabla N° 14 Pago de la Patente según el tamaño del negocio**

Rango		Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
Desde	Hasta		
-	2000,00	20,00	
2000,01	4000,00	20,00	1%
4000,01	10000,00	40,00	0,90%
10000,01	20000,00	94,00	0,80%
20000,01	50000,00	174,00	0,70%
50000,01	100000,00	384,00	0,60%
100000,01	300000,00	684,00	0,50%
300000,01	600000,00	1684,00	0,40%
600000,01	900000,00	2884,00	0,30%
900000,01	1200000,00	3784,00	0,20%
1200000,01	2000000,00	4384,00	0,10%

**Fuente:** GAD de Otavalo

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

#### **2.16.4. Permiso de uso de suelo**

- *Oficio dirigido al director de planificación*
- *Copia de cédula y papeleta de votación*
- *Croquis del proyecto con los datos detallados de acuerdo a su finalidad.*
- *Coordinar fecha de inspección*
- *Pago de impuestos predial actualizado.*
- *Certificado de no adeudar al municipio.*
- *Si es local arrendado traer el contrato de arrendamiento y si es propio la copia de la escritura.*

Las microempresas que realicen actividades económicas que se relacionen con la utilización de los suelos deben obtener permisos en la entidad competente para realizar actividades de forma normal y sin contratiempos.

## 2.17. Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, Oficina 502)

(El norte, 2014) Menciona que:

*El ministerio de industrias y productividad (MIPRO), empezó a incentivar a las micro, pequeñas y medianas empresas para que se registren en esta entidad. Las que son consideradas como microempresas son las que tienen de 1 a 9 trabajadores, y una venta anual no menor a 100000,00 dólares.*

(Aceldo, 2015) Menciona la importancia de registrarse en las plataformas digitales creadas por el gobierno actual para los microempresarios:

*La MIPRO está ubicada en la zona 1 de la provincia de Imbabura y supo mencionar que existen dos plataformas digitales que son el RUM (Registro Único de Mipymes) y el RUA (Registro único artesanal).*

- *El RUM: cumple una función principal ya que permite identificar el tamaño de una microempresa, a través de su plataforma informática en la cual se pueden categorizar todas las empresas o establecimientos con actividades industriales como son: elaboración, fabricación y producción.*
- *EL RUA: se basa más en aquellos artesanos que elaboran productos más a mano o telares.*

Es una entidad del estado que ayuda a legalizar a una microempresa, su principal objetivo es brindar apoyo con charlas e incentivos en lo referente a la calidad y etiquetado del producto, siempre y cuando estos se afilien al RUM o RUA, es ahí cuando gozan beneficios de la MIPRO así como: asistir a ferias, exportar productos y más que todo hacer que el producto sea sometido a pruebas de control en el centro de fomento productivo en la Fábrica Imbabura, para tener una garantía de que el producto de la microempresa es un producto de calidad, y después de todo comercializar a nivel nacional e internacional como por ejemplo la venta por internet o haciendo convenios con grandes empresas para el comercio de los mismos.

### **2.17.1. Requisitos**

- Registro único de contribuyentes
- Afiliación patronal
- Luego se sigue los pasos para registrarse en la plataforma de la MIPRO y poder categorizarse.

### **2.17.2. Fortalecimiento y consolidación de capacidades de las Mipymes**

La MIPRO brinda asesoramientos a los microempresarios para poder tener productos de calidad y de esa manera cambiar la matriz productiva con artículos novedosos aptos para el mercado nacional.

### **2.17.3. Beneficios**

Entre los principales están los talleres de capacitación:

- Asistencia y acompañamiento técnico
- Priorización para la participación en las ferias a nivel nacional
- Fortalecimiento de las capacidades productivas de los sectores priorizados por el MIPRO.
- Priorización para la prestación de servicios que brindaran los centros de fomento productivo.
- Asistencia para el fomento de la oferta exportable, priorización con la contratación pública el SERCOP.

### **Fabrica Imbabura**

(Ortega, 2015) Dijo que es un Centro de Fomento Producto en Andrade Marín la cual brinda servicios textiles y de confección.

*La unidad está concebida como un centro de transparencia tecnológica dedicado específicamente a las pequeñas y medianas empresas, para ofrecer los siguientes servicios:*

*Investigación y desarrollo de diseño de moda y colección, tendencias.*



- *Estudio de tendencias de mercado*
- *Diseño de moda y diseño de marca*
- *Inteligencia de mercado*
- *Experimentación y desarrollo de productos*
- *Servicios de patronales, escalo de tallas, plotter*
- *Diseño de colecciones de moda*
- *Patronaje y escalado industrial*
- *Trazo automático e impresión de trazo de producción*
- *Conferencias e información acerca de moda y tendencias.*

A fin de incrementar el valor agregado, la calidad y competitividad de las empresas de las industrias textiles el CFP brinda servicios de soporte productivos apoyados en la innovación y transparencia tecnológica para una producción estandarizada y de control de calidad en los procesos.

## **2.18. Derechos y obligaciones del trabajador y empleador**

(Ecuador Legal, 2015) Menciona que: Los derechos de los trabajadores a la seguridad social son irrenunciables para ello es necesario:

- *Celebrar un contrato de trabajo*
- *Inscribir el contrato de trabajo en el ministerio de Relaciones Laborales.*
- *Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social.*
- *Tratar a los trabajadores con la debida consideración.*
- *Sueldo básico 354,00 USD.*
- *Asumir el porcentaje (11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social y al trabajador el 9,45%.*
- *Pagar horas extras y suplementarias.*
- *Pagar decimos tercero y cuarto.*

- *A partir del segundo año de trabajo pagar los fondos de reserva.*
- *A pagar una compensación por el salario digno.*
- *A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.*

### **2.18.1. Requisitos para afiliarse al IESS**

(Legal, 2015) Dice que los requisitos son:

- *Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado.*
- *Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el ministerio de trabajo.*
- *Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.*

### **2.19. Estudio de mercado**

(Meza Orozco, 2013) Menciona que:

*Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. (p. 22)*

Estudio de mercado es una investigación real cuya función principal es obtener datos reales de la oferta, demanda y precios de un bien o servicio dependiendo al mercado que se quiera estudiar.

### **2.20. Mercado**

(Araujo Arevalo, 2012) Insinúa que mercado:

*Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o un servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma*

*directa o indirecta. Por esta razón es importante detectar las formas que pueden caracterizar al mercado en el que se pretende desarrollar el proyecto.*

De acuerdo a mi criterio, mercado es un lugar donde existen oferentes y demandantes de un producto, siempre y cuando este sea de agrado para ambas partes.

## **2.21. Información económica del mercado**

(Nassir Sapag, 2011) Menciona que existen diferentes tipos de mercados en la actualidad:

### **2.21.1. Mercado proveedor**

*En el mercado de los proveedores se deben estudiar tres aspectos fundamentales: el precio, la disponibilidad y la calidad de insumos:*

*El precio de los insumos determinará una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como del capital operativo. La disponibilidad de los insumos se deduce del estudio de la existencia de capacidad productiva en total de la cadena de abastecimiento y determinará en definitiva el costo al cual podrá adquirirlo el proyecto. (p. 69)*

Existen diferentes clases de mercados empezando desde el mercado proveedor que cumple la función de entregar una cantidad determinada de productos hacia una empresa para que pueda revender en el mercado.

### **2.21.2. Mercado competidor**

*El estudio de mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas. (p. 70)*

El mercado competidor está conformado por empresas que ofrecen productos similares al de una empresa, convirtiéndose así en los principales competidores, para algunas empresas es una ventaja ya que si existe competencia ellos buscan un valor agregado para que el producto ofertado sea diferente al del mercado.

### **2.21.3. Mercado distribuidor**

*En muchos casos, especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o consumidor final explicará parte importante de su costo total. Si el canal es muy grande, probablemente se llegará a más clientes, aunque con un mayor precio final, debido a los costos y márgenes de utilidad agregados en la intermediación. (p. 75)*

Es aquel mercado que se encarga de llevar un producto terminado a un determinado lugar, pero incluye un costo adicional por la transportación del mismo que deberá pagar el consumidor final o la parte que adquiere un determinado número de productos.

### **2.21.4. Mercado consumidor**

*La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demanda un servicio tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio o producto que ofrecerá el proyecto se hace más compleja de lo esperado. (p. 76)*

El mercado consumidor son las personas que adquieren un bien o un servicio, de ellos depende la venta de los productos, por esta razón; las empresas deben estar siempre en constante actualización de los gustos y preferencias para estar de acorde a la moda actual.

## **2.22. Identificación de la población**

(Díaz Cruz, Parra Hernandez, & López Castañeda, 2012) Mencionan que:

*La identificación de la población que posiblemente adquiera el producto o servicio constituye un elemento fundamental en la determinación de la segmentación de mercado. De esta manera se puede caracterizar y conocer los consumidores actuales y su tasa de crecimiento, grupos por sexo, edad, escolaridad, estrato social, nivel de ingreso, motivaciones para consumir, cultura, restricciones legales, ubicación entre otras.(p. 41)*

Para ejecutar un proyecto es indispensable conocer las características de una población como: gustos, preferencias, edad, nivel de ingreso para luego poder elaborar un producto, ya que de esto depende el cumplimiento de los objetivos de la empresa creadora de un bien o servicio.

## **2.23. Segmentación de mercado**

(Araujo Arevalo, 2012) “La segmentación permite conocer con mayor detalle y certeza el mercado en su conjunto. Algunas de las variables usuales para establecer la segmentación son: distribución geográfica, potencial económico, niveles culturales y otras interrelaciones observables” (p. 26).

Segmentación de mercado es el proceso de dividir o segmentar un mercado en grupos más pequeños que tengan necesidades semejantes y propias, se dividen de acuerdo a las características o variables que tiene mucho que ver al momento de realizar una compra.

## **2.24. Variables del marketing – mix**

(Vargas Belmonte, 2013) Menciona las 4 variables del marketing – mix (conocidas como las 4P, s).

### **2.24.1. Producto**

*El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes que satisface sus necesidades. Como instrumento del marketing, cuando habla de producto no solo se refiere a lo físico, si no que engloba tanto aspectos tangibles como: color, tamaño, etc. Y como intangibles, necesidad satisfecha y satisfacción en el consumidor, entre otras. (p. 14)*

Es un bien físico de diferente tamaño, diseño, modelo, forma entre otros aspectos o un servicio que son destinados hacia los consumidores satisfaciendo las necesidades de cada uno.

### **2.24.2. Precio**

*La curva de demanda indica la cantidad demandada para cada precio. La relación entre el precio y la cantidad demandada es inversa. A mayor precio siendo las demás variables que a la función de demanda constantes menor cantidad demandada y viceversa. Dentro de los instrumentos del marketing el precio tiene un papel fundamental, ya que este índice directamente en los ingresos de la empresa. El precio afecta claramente a la imagen del producto y a la penetración mayor o menor en el mercado. La respuesta a su modificación por parte del mercado es rápida. (p. 14)*

Se entiende por precio la cantidad de dinero que cuesta un producto, de esto depende la acogida del bien o servicio en el mercado.

### **2.24.3. Distribución**

*La distribución incluye organizaciones que participan en el traslado de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, mientras que la distribución física comprende el conjunto de actividades que hacen llegar la cantidad adecuada de productos al lugar correcto en el tiempo preciso. Es una variable de difícil modificación a corto plazo. (p. 14)*

Significa llevar un producto terminado a un determinado lugar, o sea la transportación del mismo hacia el consumidor final.

#### **2.24.4. Promoción**

*La promoción del producto incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el merchandising. Según las características particulares de cada producto o servicio y la cantidad de dinero disponible por la empresa para las actividades de promoción, se utilizarán una u otras variables de las comentadas anteriormente. Con la promoción, toda empresa pretende informar al cliente sobre el producto, por otro lado, también se pretende estimular al cliente a consumir el producto, y por último y el fin primordial, es que el cliente pruebe el producto y quede satisfecho para continuar consumiéndolo. (p. 14)*

Es una estrategia de marketing que permite a la empresa ofertar un producto en el mercado, la promoción incluye el dos por uno, la publicidad en diferentes medios de comunicación, servicio o atención al cliente entre otros para poder llegar a la mente del consumidor.

#### **2.25. Servicio al cliente**

(Schnarch K, 2013) Expresa de la siguiente manera:

*Se entiende por servicio al cliente el conjunto de acciones, procesos y ejecuciones que el cliente espera, además del producto básico, como consecuencia del precio y la imagen, va más allá de la atención y se relaciona con prestaciones y actividades antes, durante y después de una relación comercial. El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza, es un valor agregado para el cliente. (p. 340)*

Servicio al cliente es la manera del cómo tratar a las personas, en los negocios es de gran importancia la buena atención ya que de ello depende la venta de los productos y por ende las personas tendrán en mente la buena imagen de la empresa.

## **2.26. Oferta**

(Méndez Morales, 2012) Escribe que:

*El estudio de la oferta también representa una parte significativa de la microeconomía que se conoce como teoría de la oferta, la cual examina las causas o motivaciones para que los empresarios ofrezcan cierta cantidad de mercancías y servicios a un precio determinado y en un momento específico. (p. 203)*

Es ofrecer una determinada cantidad de productos o servicios hacia las personas, con diferentes precios, plazos de pago, esto dependiendo al detalle del artículo o servicio, el tamaño u otras características.

### **2.26.1. Cantidad ofertada**

(Mankiw N, 2015) Indica que es: “La cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio en la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender” (p. 73).

La cantidad ofertada es cuando una empresa o negocio vende un número de productos según las necesidades del consumidor.

### **2.26.2. Ley de la oferta**

(Mankiw N, 2015) Muestra que: “Con todos los demás constante, cuando el precio de un bien disminuye, la cantidad ofrecida de dicho bien también aumenta y cuando el precio de un bien disminuye, la cantidad que se ofrece de dicho bien también disminuye” (p. 73).



### 2.26.3. Comportamiento de la oferta

(Nassir Sapag, 2011) Escribe que:

*Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, que la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros. (p. 55)*

El comportamiento de la oferta quiere decir la manera en que las empresas o negocios atienden y venden los productos a los consumidores, también; estudia el número de empresas que se dedican a la producción de un mismo bien y el dinero que desean pagar los clientes.

### 2.27. Demanda

(Cordoba Padilla, 2011) El presente autor define de la siguiente manera la palabra demanda perteneciente al estudio de mercado.

*La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios de mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (p. 62)*

Estudia el comportamiento del consumidor o sea la cantidad del bien o servicio que está dispuesto a comprar el cliente.

### **2.27.1. Cantidad demanda**

(Mankiw N, 2015) Apunta que: “La cantidad demandada de un bien determinado es la cantidad que de ese bien están dispuestos a adquirir los compradores” (p. 67).

Es la cantidad de productos que el comprador desea adquirir a un determinado precio y el lugar escogido para su compra.

### **2.27.2. Ley de la demanda**

(Mankiw N, 2015) Expresa que: “Si todo lo demás permanece constante, cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad demanda de dicho bien disminuye, y cuando el precio disminuye, la cantidad demandada aumenta” (p. 67).

Quiere decir que si el precio de un producto disminuye la cantidad demanda aumenta, mientras que si el precio aumenta, baja la cantidad demandada.

### **2.27.3. Comportamiento de la demanda**

(Nassir Sapag, 2011) Explica que es:

*La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y esta demanda, se determinan un equilibrio de mercado, representando por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla. (p. 46)*

## 2.28. Macro localización

(Araujo Arevalo, 2012) Dice que:

*La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macro localización. Para una planta industrial, los factores de estudio de macro localización que inciden con mayor frecuencia son:*

- *Proximidad al mercado de consumo*
- *Proximidad al mercado de materias primas*

*De manera secundaria debemos considerar:*

- *Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales.*
- *Infraestructura física y de servicios, como:*
  - ✓ *Suministros de agua*
  - ✓ *Tratamiento de desechos*
  - ✓ *Disponibilidad de energía eléctrica y combustibles*
  - ✓ *Carreteras*
  - ✓ *Marco jurídico en general*
  - ✓ *Otros servicios públicos (p. 65).*

Es aquel que muestra la provincia, la ciudad en donde va estar ubicado la microempresa, en definitiva la macro localización no detalla el lugar exacto de la planta sino un lugar apto y cercano para poder adquirir con mayor facilidad los materiales necesarios para la producción de un bien determinado.

## 2.29. Micro localización

(Araujo Arevalo, 2012) Expresa que:

*Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado:*

*La información requerida es:*

- *Tipo de edificaciones que se va a construir*
- *Área requerida inicial y área para futura expansión*
- *Acceso al predio, vías de comunicación, carreteras ferrocarriles y otros medios.*
- *Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios específicos.*
- *Volumen y características de las aguas residuales.*
- *Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes.*
- *Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria. (p. 71)*

El micro localización muestra de una manera detallada la ubicación de la planta como: el lugar exacto, las calles, planos del área entre otros aspectos. También un punto importante es que el lugar sea un punto estratégico para la movilidad de vehículos y con amplia disponibilidad de espacio físico.

### **2.30. Localización óptima del proyecto**

(Nassir Sapag, 2011) Expresa que:

*La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto ello dependerán – en gran parte – la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. (p. 136)*

Cuando se presenta un proyecto es importante tener en claro la localización de la planta y de los puntos de venta ya que de esto depende el éxito de una empresa, al estar ubicado en un lugar donde existe gran afluencia de personas permitirá que el nivel de ventas aumente en gran proporción.

### **2.31. Distribución de la planta**

(Cordoba Padilla, 2011) Expresa que la distribución de la planta es:

*Conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicio necesarios (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobras de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique dónde está cada equipo y dónde está cada instalación (estacionamiento de ejecutivos, garaje, caldera, subestación eléctrica, casino, sala de cuna, etc). (p. 135)*

La distribución de la planta es cuando una empresa divide y define los lugares de trabajo ya sea para administración, producción y bodega, estas áreas son distribuidas dependiendo al riego o tipo de empresa.

### **2.32. Producción**

(Méndez Morales, 2012) Insinúa que:

*La producción es la actividad inicial que se da como un proceso de transformación de la naturaleza por medio de la actividad humana, para satisfacer sus necesidades. Es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir con el objeto de consumirlos y satisfacer sus necesidades. (p. 108)*

La palabra producción detalla principalmente los pasos a seguir para finalmente obtener un producto terminado pero esto es de acorde al volumen de productos que se va producir en un determinado tiempo.

### 2.33. Procesos de producción

(Díaz Cruz, Parra Hernandez, & López Castañeda, 2012) Menciona que:

*Cuando se habla de mano de obra, necesariamente se debe hablar de los procesos que la empresa ha establecido para elaborar el producto. Cada proceso debe corresponder a un orden lógico de elaboración determinado por los ingenieros de producción, quienes poseen los conocimientos sobre la elaboración del mismo. (p. 103)*

Son procedimientos continuos que debe seguir para llegar a una meta, en este caso es obtener un producto final siguiendo los pasos necesarios para finalmente satisfacer necesidades de los consumidores, el proceso de producción comprende desde la adquisición de la materia prima hasta obtener un producto deseado.

### 2.34. Elementos del costo de producción

(Torres Salinas A. S., 2010) Expresa los tres elementos que forman parte del costo de producción:

#### **Materia prima**

*El primero de los elementos del costo de producción es la Materia Prima (MP). Esta comprende los materiales físicos que componen el producto o aquellos que, incluso sin estar en el producto, se necesitan para realizar el proceso productivo. Este elemento del costo se divide en dos: materia prima directa y la materia prima indirecta.*

Se entiende por materia prima todo aquel elemento que incluye en la elaboración de un producto, las empresas que se dedican a transformar la materia prima a un producto final deben tomar en cuenta que este elemento debe ser medible e identificable para poder determinar un costo final en el producto.

## **Mano de obra**

*El segundo elemento del costo de producción es la mano de obra. La cual se define como el costo del tiempo que los trabajadores invierten en el proceso productivo y que debe ser cargado a los productos. Al igual que la materia prima, la mano de obra se divide en dos rubros: mano de obra directa y mano de obra indirecta.*

Se entiende por mano de obra todo aquel individuo que interviene en la producción de un bien, percibiendo un salario por la elaboración de un producto, también es importante destacar que este rubro tiene un costo de tiempo y se carga al producto final.

## **Costos indirectos**

*El costo indirecto (CI), a diferencia de los dos anteriores, no se puede cuantificar en forma individual en relación con el costo de los productos, pues incluye todos los gastos que se realizan para mantener en operación una planta productiva. En otras palabras, incluye todos los costos de manufactura que no son la materia prima (directa) y la mano de obra (directa). Algunos ejemplos de costos indirectos incluyen la mano de obra indirecta, los materiales indirectos, las depreciaciones de equipos utilizados en la producción, las depreciaciones y los seguros de edificios usados en la producción, amortizaciones o costos relacionados con software de producción, costos de supervisión, costos de cambios en la ingeniería, costos relacionados con energéticos – electricidad, gasolina, carbón, otros, sueldo de empleados de limpieza y vigilancia, etc. (ppp. 28-29 -30)*

Los costos indirectos de fabricación son todos los costos de manufactura que intervienen para obtener un producto final excepto la materia prima directa y la mano de obra directa, pero a partir de estos rubros cualquier costo se considera CIF, así como la luz, depreciaciones, mantenimiento y muchos que son parte de este rubro.

### **2.35. Inventario de productos terminados**

(Torres Salinas A. , 2010) Menciona que:

*Este inventario acumula el costo de los artículos terminados durante el periodo actual o en etapas anteriores del proceso productivo de la empresa. También puede construirse por los artículos comprados para su venta. El inventario de productos terminados se forma por el costo de los artículos terminados al final o al comienzo de un periodo, e incluye todos los artículos terminados en el negocio que aún no han sido vendidos. (p. 28)*

Se define como inventario de productos terminados al registro que contiene todos los detalles de los productos acabados que están listos para la venta.

### **2.36. Punto de equilibrio**

(Ortega Castro, 2010) Dice que: “El punto de equilibrio representa el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos. Por debajo de ese punto la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades” (p. 223).

En una empresa la palabra equilibrio se define la cantidad mínima que se debe vender para no tener ni pérdida ni ganancia, ósea si no se cumple la cantidad exacta que se debe vender la empresa corre peligro de perder dinero en un determinado tiempo o viceversa, por esta razón la empresa tiene un punto de equilibrio que indica hasta qué punto debe llegar.

#### **2.36.1. Cantidad de equilibrio**

(Mankiw N, 2015) Menciona que: “Cantidad ofrecida y cantidad demandada al precio de equilibrio” (p. 77).

Cantidad de equilibrio quiere decir que la cantidad demanda y ofertada debe ser vendida a un precio de equilibrio donde no se obtenga ni pérdidas ni ganancias.



### 2.37. Rentabilidad

(Méndez Morales, 2012) Rentabilidad se define de la siguiente manera:

*Ser rentable significa percibir ganancias. Una empresa es rentable si alcanza utilidades al realizar su actividad productiva. La rentabilidad empresarial es el resultado del proceso productivo. Es la utilidad o ganancia del negocio, producto de la actividad económica que combina factores productivos con el objetivo de obtener bienes y servicios que al venderse generan utilidades para la empresa. (p. 300)*

De acuerdo al concepto del autor Morales, rentabilidad es el objetivo de todas las empresas ya que si la empresa crece anualmente tendrá mayores utilidades o ganancias y se vuelve aún más productiva.

### 2.38. Tasa de descuento

(Meza Orozco, 2013) Expresa que:

*La tasa de descuento es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. La tasa de descuento también la podemos definir como el costo de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero. (p. 134)*

Es una medida financiera que sirve para determinar el valor actual de un pago futuro, o sea quiere decir invertir mi dinero en un proyecto en lugar de buscar otras alternativas.

### 2.39. Valor presente neto (VPN)

(Ortega Castro, 2010) Menciona de esta manera al VPN:

*El valor actual neto de una inversión se define como la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto. A la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de*

*la inversión se le denomina valor presente neto. Se entiende el dividendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto sabiendo que éste habrá de recuperarse y además se pagará el costo de su financiamiento. (p. 307)*

El valor actual neto muestra el dinero real a través del tiempo, o sea; pretende mostrar el valor actual que obtendrá el proyecto ante la inversión.

### **2.39.1. Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando el VPN**

(Izar Landeta, 2013) Afirma que:

*El criterio para saber si un proyecto es atractivo es el siguiente: si el valor resultante del VAN es mayor que cero, el proyecto será atractivo; si el VAN es cero, será lo mismo invertir en el proyecto o hacerlo en la propia compañía; y si el VAN es negativo, el proyecto no es recomendable. (p.130)*

### **2.40. Periodo de recuperación de la inversión**

(Cordoba Padilla, 2011) Afirma que:

*Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Vaquiro, 2010). El proceso es muy sencillo: se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto. La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al periodo de recuperación. (p. 234)*

El periodo de recuperación de inversión quiere decir el año y el mes en el cual se va a recuperar la inversión inicial de proyecto.

## 2.41. Tasa interna de retorno (TIR)

(Izar Landeta, 2013) Dice que:

*Ante las inconveniencias del método del periodo de recuperación, surgió el método de la Tasa Interna de Rendimiento.*

*Este es un método muy popular, también conocido como la tasa interna de retorno, que se define como la tasa de interés a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos de un proyecto da un valor igual a cero. Se denomina tasa interna porque sólo depende de los propios flujos del proyecto y no de las tasas de interés comerciales. (p.127)*

Es la tasa deseada o requerida del proyecto que considera cuanto se va a ganar por haber invertido, o sea quiere decir cuánto nos va devolver el proyecto por las actividades realizadas. Otro punto importante es que ayuda a identificar a que tasa debe rendir el proyecto para poder recuperar la inversión.

### 2.41.1. Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando la TIR

(Meza Orozco, 2013) Expresa que:

- *Cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe aceptar. El inversionista obtiene un rendimiento mayor del exigido; el inversionista gana más de lo que quería ganar.*
- *Cuando la TIR es igual a la tasa de oportunidad, es indiferente emprender o no el proyecto de inversión.*
- *Cuando la TIR es menor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe rechazar. El inversionista gana menos de lo que quería ganar. (pp. 155 - 156)*

## 2.42. Proyecciones financieras

(Meza Orozco, 2013) Define de la siguiente manera a las proyecciones financieras:

*La mayoría de las personas piensan que la evaluación financiera de un proyecto contiene solamente en calcular el VPN o la TIR, conocidos los pronósticos de los Flujos Netos de Efectivo. En verdad, esta es la parte más fácil y corresponde a una operación mecánica, cuya ejecución se realiza hoy en día con las calculadoras financieras o con el computador. La parte que merece la mayor atención es la de las proyecciones de ingresos y egresos, que al relacionarlos dan como resultado los Flujos Netos de Efectivo que son los valores que, al compararlos con la inversión inicial, permite medir la rentabilidad del proyecto. (p. 235)*

Las proyecciones financieras son estimaciones de los resultados que pueden ofrecer un negocio pero estas proyecciones se basan en datos históricos para obtener resultados futuros de los datos que deseamos conocer.

## 2.43. Relación beneficio costo

(Serrano Rodríguez, 2010) Afirma que:

*La relación beneficio-costos se calcula como el cociente entre valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos para una tasa de interés (i). La expresión general para su cálculo está dada por:*

$$\frac{B_i}{C_i} = \frac{\text{Valor presente de los ingresos}_i}{\text{Valor presente de los egresos}_i}$$

*Cuando la relación beneficio costo es mayor que 1 (el valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos), se justifica el proyecto desde el punto de vista económico ya que esto equivale a decir que el valor presente neto es positivo. (p. 106)*

#### **2.44. Misión**

(Campoy, 2010) Mencione que:

*Es la definición del negocio y que tiene que ver con lo que es y lo que hace la empresa. Hay que considerar esta variable desde la perspectiva de las necesidades que satisface la empresa, y no desde el punto de vista de los productos o servicios que producimos.*

*(p. 41)*

La misión es la razón de ser de una empresa, empezando desde: a lo que se dedica, lo que hace y lo que ofrece cierto negocio para de esa manera hacer conocer a los consumidores la finalidad del mismo.

#### **2.45. Visión**

(Palacios Acero, 2010) Afirma que:

*Es el acto de verse en el tiempo y el espacio. Debe ser amplia, retadora, posible, concreta. Es la identificación clara de lo que la organización quiere lograr en un tiempo determinado. Sirve de rumbo, guía o brújula; orienta, conquista, prepara y da imagen. (p. 48)*

La visión significa tener una perspectiva o sueño del cómo quiere que una microempresa se vea después de algunos años, es la imagen futura del negocio y es creada por la persona encargada de dirigir la misma.

#### **2.46. Valores corporativos**

(Campoy, 2010) Define que: “Está compuesta por las normas, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de la organización y que determina su comportamiento”.

Los valores corporativos son elementos propios de una empresa y son quienes eligen los valores a manejar en dicha organización, estos valores son lo que definen el comportamiento de los trabajadores.

#### **2.47. Filosofía de la empresa**

(Palacios Acero, 2010) Explica que:

*Es aquella que define el sistema de valores, supuestos, creencias, cultura y principios, que nos hace saber quiénes somos y en que creemos, es decir, nuestras ideas y valores, y nos permite saber cuáles son sus preceptos, así como conocer nuestros compromisos y nuestras responsabilidades con nuestros clientes tanto internos como externos, con los proveedores, con los inversionistas, con el estado, la sociedad y el medio ambiente. (p. 48)*

Es un conjunto de principios, valores, integración, solución de problemas, pautas de actuación y responsabilidades antes lo demás, la eficacia del grupo de trabajo para lograr objetivos y propósitos en común.

#### **2.48. Normas y políticas**

(Palacios Acero, 2010) Afirma que: “Son los criterios o reglas de comportamiento que orientan y encausan el pensamiento y la acción para el logro de los objetivos” (p. 49).

Son reglas específicas que deben seguir un determinado número de personas, ajustándose a conductas, tareas, actividades de una organización, para poder llevar a cabo el cumplimiento de objetivos.

#### **2.49. Análisis del marco teórico**

El marco teórico ayuda a comprender los conceptos básicos de las palabras claves que se utilizan en este estudio de factibilidad, la información recopilada cumple con la función de dar a conocer la definición de cada palabra de cada capítulo, ya que es importante saber los significados para la ejecución del proyecto.

Las palabras del marco teórico se agrupan en diferentes conceptos cada uno con sus respectivos análisis, estos son sustentados en bases científicas (autores) que permiten conocer todos los términos utilizados para dejar en claro la teoría de la investigación y de esta manera tener un entendimiento base para saber de lo que se estaba hablando en presente estudio.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### Presentación

El presente estudio se basa en una investigación de campo realizada en la ciudad de Otavalo para conocer la oferta, demanda potencial, precios a satisfacer y con una visualización completa de los negocios que ofertan productos similares en el mercado convirtiéndose así en los principales competidores.

La información recopilada en este capítulo se basa principalmente en el uso de herramientas para el levantamiento de información como encuestas, entrevistas y fichas de observación, las cuales ayudaron de manera directa para el análisis de cada indicador ya sean en palabras, números o porcentajes. Las encuestas se aplicaron a turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo (**Ver tabla N° 17, p. 109**) , las entrevistas y encuestas a los expertos en producción de prendas de vestir (**Ver tabla N° 30 y 32, p. 125-128**) y las fichas de observación a los distintos locales existentes en el centro de la ciudad (**Ver tabla N° 38, p. 133**), un punto muy importante para el levantamiento de información es que se basó en archivos, documentos y sitios web para poder conocer el número total de turistas que visitan la ciudad de Otavalo para realizar distintas actividades como la compra de artesanías, visitas a lugares turísticos y entre otras actividades.

Con la información obtenida se puede determinar la viabilidad del proyecto mediante el análisis de cada indicador, cabe destacar que un buen estudio de mercado permite analizar valores y porcentajes para poder ejecutar los demás capítulos.



### **3.1. Identificación del producto**

Las prendas de vestir bordadas a mano son las más atractivas en la ciudad de Otavalo ya que los turistas prefieren este tipo de ropas para las playas, regalos o para otros usos, por esta razón se ofertarán blusas y camisas bordadas a mano con hilos de fibras de cabuya e hilos de algodón en donde se basa principalmente en la combinación de distintos tipos de hilos que darán un mayor volumen al momento de lucir la prenda, es importante decir que la combinación de colores llamativos en los bordados son los que realzan el tono de piel, los modelos y diseños de las prendas son los que llaman la atención de las personas, haciendo que su tendencia de compra sea positiva y teniendo más posibilidades de vender, sobre todo para que los turistas se sientan satisfechos al momento de realizar la compra. Una prenda bordada a mano muestra la combinación de distintos tipos de colores como: claros, oscuros, multicolores, pasteles y cálidos para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.

La tela que se utilizará en la elaboración de las prendas de vestir es la tela lienzo en distintos colores, cosa que combinen con los colores de los bordados, también es importante decir que esta tela es ligera y cómoda para lugares cálidos, el producto se destacará principalmente con decoraciones adicionales que formarán parte de las blusas y camisas como son: cintas, encajes, diseños, modelos, colores y tallas, cabe mencionar que la elaboración de estos productos es de manera artesanal, demostrando la cultura viva del pueblo Otavalo y cumpliendo con estándares de calidad para brindar comodidad al consumidor. Se ofrecerán productos con la combinación de nuevas materias primas como es el hilo de la fibra de cabuya, las prendas de vestir estarán bordadas con este tipo de fibras haciendo que exista un producto único en la línea de bordados a mano, convirtiéndose así en un producto novedoso no existente en la localidad. A continuación se presentarán los modelos de las blusas, los diseños y sobre todo la combinación de colores.

### 3.1.1. Características del Producto

Las blusas y camisas tendrán distintos modelos, colores, diseños en especial los bordados a base de hilo de fibra de cabuya que mostrarán un realce en el tono de piel al momento de lucir la prenda.

**Gráfico N° 15 Prendas de vestir**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.1.2. Tallas

Las prendas serán desde la talla S hasta la talla XL, tanto para hombres y mujeres dependiendo a sus gustos y preferencias.

**Tabla N° 15 Tallas**

Hombres y Mujeres			
Letras	Números	Letras	Números
Talla S	Talla 40	Talla L	Talla 44
Talla M	Talla 42	Talla XL	Talla 46

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.1.3. Colores

Es importante mencionar que la buena combinación de colores son los que llaman la atención de las personas ya sea en blusas o camisas que se exhiban en el mostrador. Los colores que se combinarán en estos productos son:

**Gráfico N° 16 Colores**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.1.4. Bordados

Los bordados a mano son los que tienen mayor atracción en estas prendas de vestir, ya que los turistas prefieren algo elaborado a mano, cabe mencionar que los bordados son diferentes tanto para blusas y camisas como por ejemplo: para las camisas se utilizarán bordados incaicos y para las blusas bordados con flores.

**Gráfico N° 17 Tipos de bordados**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.1.5. Diseños

Tanto en blusas como en camisas los diseños serán variados, dependiendo a los gustos de los consumidores.

**Gráfico N° 18 Modelos y diseños**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.2. Bienes sustitutos

Mediante la aplicación de las fichas de observación en los locales de la ciudad de Otavalo (Ver anexo N° 4, p. 263) se determinó los siguientes productos de la competencia:

Blusas y camisas elaboradas a base de tela hindú, la mayoría con bordados computarizados y combinados con algunos colores. Además, los diseños y modelos de los productos son poco aceptables debido a que no todos cumplen con estándares de calidad que respalden al producto, no tienen casi todas las tallas y en especial los bordados son menos aceptables.

### **3.3. Objetivos del estudio de mercado**

#### **3.3.1. Objetivo general**

- Efectuar el análisis de mercado utilizando técnicas y herramientas necesarias para conocer la oferta y demanda potencial a satisfacer.

#### **3.3.2. Objetivo específicos**

- Identificar la demanda potencial de las prendas de vestir bordadas a mano a base de hilo de fibra de cabuya en la ciudad de Otavalo.
- Analizar la oferta de las prendas de vestir elaborados en forma artesanal dentro del cantón Otavalo.
- Definir los canales de distribución y estrategias de comercialización del producto.

### 3.4. Matriz de Relación Diagnóstico de Estudio de Mercado

**Tabla N° 16 Matriz Estudio de Mercado**

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnica	Población a investigarse
<b>Objetivo 1:</b> Identificar la demanda potencial de las prendas de vestir bordadas a mano a base de hilo de fibra de cabuya en la ciudad de Otavalo.	Demanda	Precio	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Cantidad de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Lugar de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Preferencias de la prenda	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Aceptación del producto	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros
		Factores de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnica	Población a investigarse
<b>Objetivo 2:</b> Analizar la oferta de los productos elaborados de forma artesanal en la ciudad de Otavalo.	Oferta	Tipos de productos	Primaria	Entrevista - Ficha de Observación	Propietarios de los negocios y locales
		Materia prima	Primaria	Entrevista	Negocio La cascada
		Cantidad de prendas producidas	Primaria	Encuesta	Propietarios de los negocios
		Precios de los productos	Primaria	Encuesta	Propietarios de los negocios
		Competencia	Primaria	Encuesta	Propietarios de los negocios
<b>Objetivo 3:</b> Definir los canales de distribución y estrategias de comercialización del producto.	Producto	Presentación	Primaria	Ficha de Observación	Locales de la ciudad de Otavalo
		Calidad	Primaria	Ficha de Observación	Locales de la ciudad de Otavalo
		Colores y tallas	Primaria	Ficha de Observación	Locales de la ciudad de Otavalo
		Canales de distribución	Primaria	Entrevista	Propietarios de los negocios

### 3.5. Mecánica Operativa

#### 3.5.1. Identificación de la población

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el número total de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Otavalo en el año 2014.

Según estimaciones del Ministerio de Turismo del Ecuador: el número de turistas extranjeros que visitaron el país en el año 2014 fue de 1'557.006 personas, de la cual el 21,44% representa el número de turistas que visitaron la ciudad de Otavalo, es decir; 333.822 visitantes.

Según los datos de la Dirección de Turismo de Otavalo: menciona que también una importante cantidad de visitantes nacionales llegan a la ciudad Otavalo de manera permanente por sus propios medios, tanto en vehículos propios como en transportes públicos; se estima aproximadamente un 32% del total de turistas nacionales, es decir; se estima un total de 137.848 visitantes nacionales que visitaron el cantón, teniendo un dato consolidado de 471.670 turistas que visitaron la ciudad en el año 2014.

Esto equivale a 39.305 visitantes mensuales en promedio, lo que significa que durante una semana llegan aproximadamente 9.826 personas que apoyan la dinamización de la economía local y regional, promueve vitalidad, actividad social y hace más atractivos a los lugares. El turismo es una herramienta poderosa para atraer a la inversión en otros sectores de la economía en la zona urbana y rural; se podría decir en resumen que puede mejorar la calidad de vida de la región y de la ciudad.

***Tabla N° 17 Turistas que ingresan a Otavalo***

Turistas Extranjeros (21,44%)	333.822 personas
Turistas Nacionales (32%)	137.848 personas
<b>Total de turistas en Otavalo año 2014</b>	<b>471.670 personas</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo y la Dirección de turismo de Otavalo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016



### 3.5.2. Identificación de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta el número total de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Otavalo, es decir a las 471.670 personas se les procedió a realizar el cálculo correspondiente para identificar la muestra o sea el número de encuestas a aplicarse.

#### Fórmula para el cálculo de la muestra

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 \delta^2}$$

#### En donde:

n= número de encuestas a levantar

N = población a investigar

Z= Nivel de confianza, sugerencia trabajar al 95% (1,96)

$\delta^2$ = Varianza

E= error, se sugiere 5%, error y confianza deben cuadrar

(N-1)= Correcciones para mayores de treinta

$$n = \frac{1,96^2 0,25^2 471.670}{(0,05)^2 (471.670 - 1) + 1,96^2 0,25^2}$$

$$n = 384$$

De acuerdo al resultado de la fórmula, el número de encuestas a aplicarse en la ciudad de Otavalo es de 384 ya sean turistas nacionales y extranjeros.

### 3.5.3. Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se utilizaron para recopilar la información fueron tanto la información primaria como la secundaria.

### **3.5.4. Información primaria**

Los instrumentos que se utilizaron fueron: las encuestas a los turistas, entrevistas y encuestas a los productores y las fichas de observación a los locales.

#### **Encuestas**

Las encuestas fueron dirigidas a turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Otavalo especialmente la plaza de los ponchos, se pretendió recabar información para conocer el nivel de gustos y preferencias con relación a la compra de prendas de vestir bordadas a mano. En esta encuesta nos permitió descubrir el pensamiento de los turistas sobre el nuevo producto; que es lo que les gusta y que es lo que no les gusta.

#### **Entrevista y encuesta**

Las entrevistas y encuestas fueron dirigidas a expertos en producción y comercialización de prendas de vestir (**Ver tabla N° 30 y 32, pp. 125-128**) quienes conocen sobre el manejo y el uso óptimo de las materias primas, los costos, la mano de obra requerida y la elaboración de los productos como: el diseño, el corte y confección de las prendas de vestir. Otro aspecto importante fue conocer la movida del negocio y las promociones que aplican en la venta de sus productos.

#### **Ficha de Observación**

La observación se realizó a distintos negocios que forman parte del centro de la ciudad de Otavalo (**Ver tabla N° 38, p. 133**), esta ficha nos permitió conocer de manera general a nuestros principales competidores, cada uno con sus propios productos, diseños, modelos, calidad y diferentes tallas que ofrecen al público. En la observación se pudo determinar que las prendas

artesanales son los que atraen a los turistas nacionales y extranjeros más que todo si estas prendas son bordadas a mano.

### **3.5.5. Información secundaria**

Para la información obtenida se utilizó links del internet, páginas web de [visitotavalo.com](http://visitotavalo.com) y documentos del Ministerio de Turismo y de la Dirección de turismo y desarrollo económico local de la ciudad de Otavalo.

## **3.6. Tabulación y análisis de la información**

### **3.6.1. Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros**

**Pregunta 1:** ¿Compra Ud. Prendas de vestir artesanales bordadas a mano?

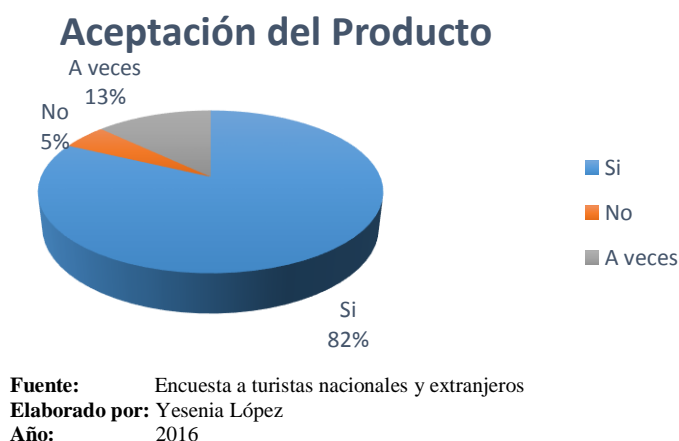
**Indicador:** Aceptación del producto

**Tabla N° 18 Aceptación del Producto**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	315	82%
No	19	5%
A veces	50	13%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 19 Aceptación del Producto**



## Análisis

De acuerdo a la investigación realizada en la ciudad de Otavalo se pudo determinar que a la mayoría de los turistas nacionales y extranjeros les gusta comprar prendas de vestir bordadas a mano, ya que aprecian en gran medida los productos artesanales hechos por manos indígenas. Además, algunos turistas supieron manifestar que compran estos productos en ocasiones muy especiales o que algunos no tienen la costumbre de utilizar esta clase de productos.

**Pregunta 2:** ¿Para qué ocasión utiliza este tipo de prendas?

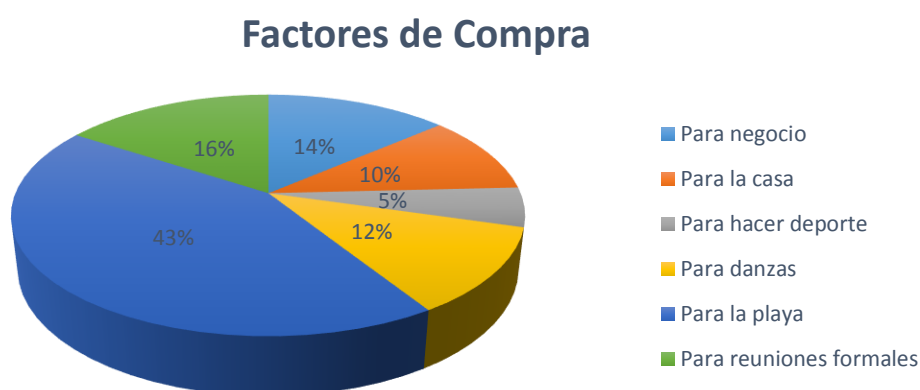
**Indicador:** Factores de compra

**Tabla N° 19 Factores de Compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Para negocio	50	14%
Para la casa	38	11%
Para hacer deporte	19	5%
Para danzas	42	12%
Para la playa	157	43%
Para reuniones formales	58	16%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 20 Factores de Compra**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

Según el criterio de las personas encuestadas se pudo conocer que a la mayoría de los turistas les gusta comprar estas prendas para las playas y para reuniones formales ya que son cómodas, ligeras y suaves más que todo son muy conocidos por el gobierno actual. Además se pudo notar que los turistas nacionales compran estas prendas para las danzas tradicionales y para comercializarlos en sus propios negocios.

**Pregunta 3:** ¿Con que frecuencia compra las prendas de vestir? Especifique la cantidad que compra.

**Indicador:** Frecuencia de compra

**Tabla N° 20 Frecuencia de compra**

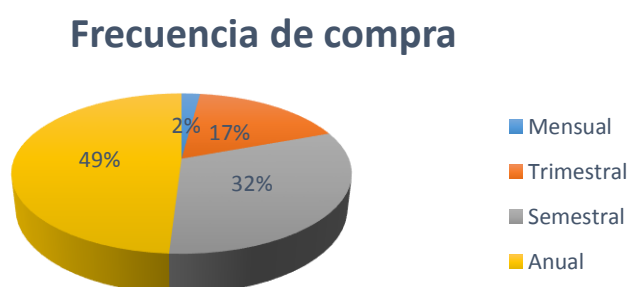
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Número de Unidades					Total	Porcentajes Unidades				
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
Mensual	8	2%	2	3	1	1	1	8	3%	4%	2%	1%	1%
Trimestral	63	17%	7	13	12	13	18	63	9%	17%	19%	18%	23%
Semestral	115	32%	26	20	18	21	30	115	34%	27%	29%	30%	38%
Anual	179	49%	41	39	32	36	31	179	54%	52%	51%	51%	39%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>	<b>76</b>	<b>75</b>	<b>63</b>	<b>71</b>	<b>80</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
									<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

**Gráfico N° 21 Frecuencia de Compra**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

## Análisis

La mayoría de los turistas mencionaron que compran estas prendas de vestir una vez al año debido a que tienen una sola oportunidad de visitar la plaza de los ponchos por el hecho de que son visitantes extranjeros, también algunas personas supieron decir que compran semestralmente ya que pueden viajar dos veces al año. Otro punto importante es que los turistas nacionales visitan Otavalo trimestralmente y mensualmente ya que tienen la facilidad de transportarse y que en cada una de estas frecuencias compran algunas unidades.

**Pregunta 4:** ¿Al realizar la compra que es lo más importante para usted?

**Indicador:** Preferencia de compra

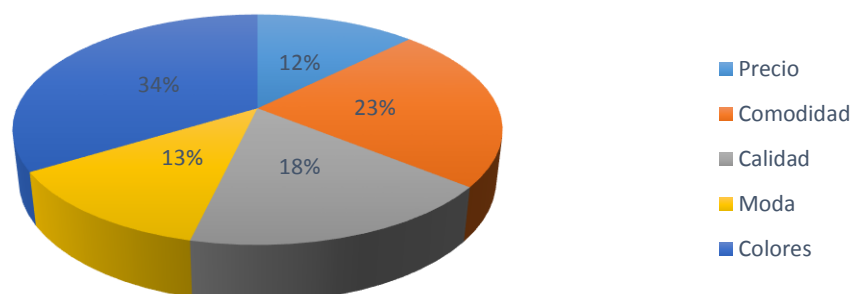
**Tabla N° 21 Preferencia de compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	46	13%
Comodidad	84	23%
Calidad	65	18%
Moda	46	13%
Colores	123	34%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 22 Preferencia de compra**

### Preferencia de prenda y factores de compra



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Análisis

De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas se pudo notar que la mayoría de los consumidores realizan compras observando la combinación de colores y la comodidad del producto, ya que prefieren productos atractivos y artesanales que cumplan con factores que satisfagan sus necesidades. Además la calidad del producto es otro punto importante ya que los turistas extranjeros prefieren un producto que cumplan con estándares de calidad.

**Pregunta 5:** ¿Qué colores le gustaría que se combinen en su blusa o camisa?

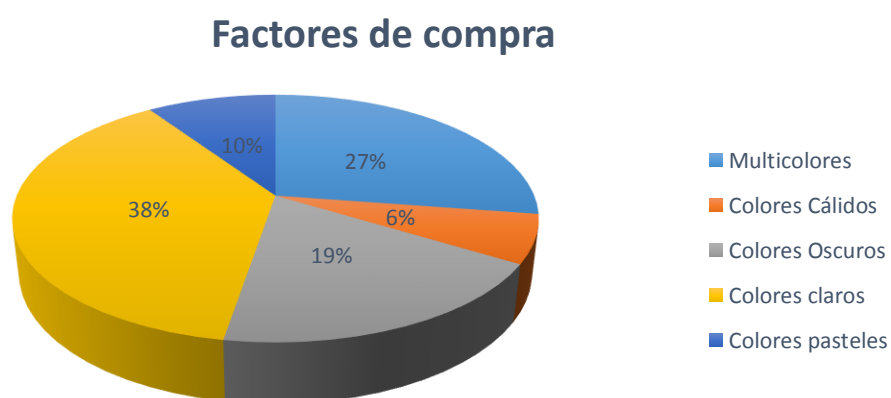
**Indicador:** Factores de compra

**Tabla N° 22 Factores de Compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Multicolores	100	27%
Colores Cálidos	23	6%
Colores Oscuros	69	19%
Colores claros	138	38%
Colores pasteles	35	9%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 23 Factores de Compra**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

De acuerdo a las respuestas se obtuvo que la mayoría prefieren bordados con colores claros y multicolores haciendo que se combinen con el color de la piel y su ropa, más que todo las mujeres prefieren colores llamativos que luzcan su manera de vestir. También la combinación de los colores depende del tipo de género ya que los hombres prefieren colores oscuros y cálidos por el hecho de que son colores formales para su uso.



**Pregunta 6:** ¿Qué tipo de prendas compra con mayor frecuencia?

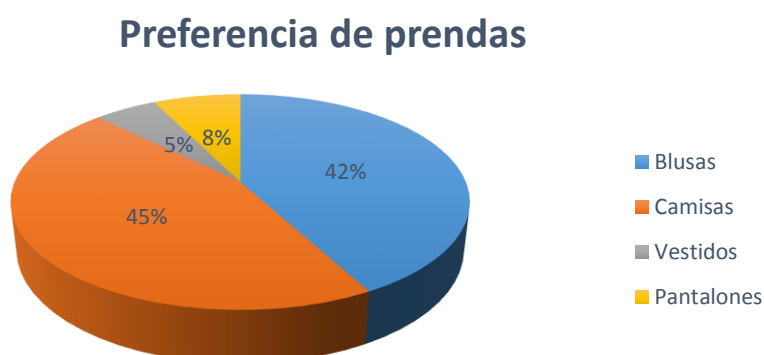
**Indicador:** Preferencia de prenda

**Tabla N° 23** *Preferencia de Prenda*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Blusas	154	42%
Camisas	165	45%
Vestidos	19	5%
Pantalones	27	7%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 24** *Preferencia de Prendas*



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se pudo conocer el tipo de preferencias de prendas de vestir, ya que la mayoría de las personas optan por blusas y camisas debido a que son productos suaves, cómodos, atractivos y son ofertados en gran medida para las playas y para las reuniones formales. Pero también existe otro grupo de personas que adicionalmente a estos productos compran vestidos y pantalones que son usados especialmente para la región costa.

**Pregunta 7:** ¿Qué tallas prefiere en este tipo de prendas?

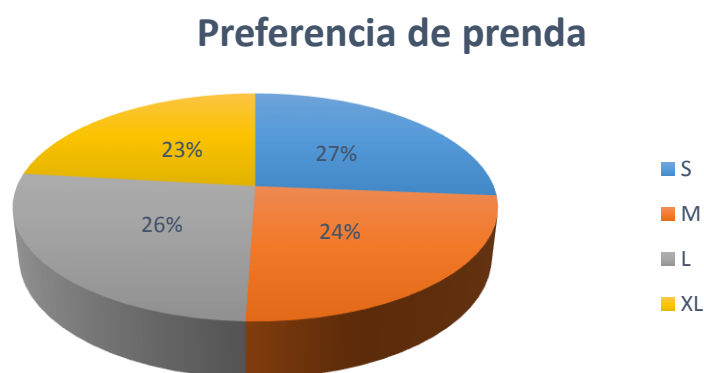
**Indicador:** Preferencia de prenda

**Tabla N° 24 Preferencia de prenda**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
S	96	26%
M	88	24%
L	96	26%
XL	84	23%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 25 Preferencia de prenda**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

La mayoría de las personas encuestadas prefieren la talla S, M, L y XL casi en la misma proporción, debido a que las tallas son de acuerdo a la preferencia por distinción de género, las mujeres jóvenes optan por una talla de acuerdo a su medida y al cuerpo, mientras que los hombres prefieren comprar una talla más grande que proporcionen flexibilidad al momento de realizar sus actividades cotidianas.

**Pregunta 8:** ¿En qué lugar realiza la compra de estos productos?

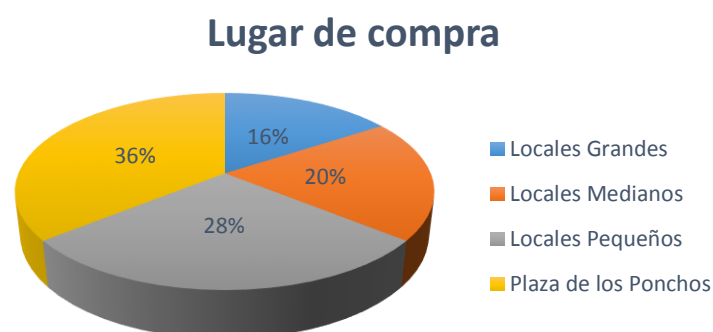
**Indicador:** Lugar de compra

**Tabla N° 25 Lugar de Compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Locales grandes	58	16%
Locales medianos	73	20%
Locales pequeños	104	28%
Plaza de los ponchos	131	36%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 26 Lugar de Compra**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

De acuerdo a las repuestas de las personas encuestadas se pudo conocer el lugar de preferencia para sus compras, la mayoría de las personas que visitan Otavalo prefieren comprar estos productos en la plaza de los ponchos ya que dicen que es un lugar abierto para observar todo tipo de prendas, de la misma manera mencionaron que compran en locales pequeños ya que los precios son cómodos, pero otro porcentaje de turistas prefieren comprar en locales medianos y grandes ya que dicen que en estos locales los productos son de mejor calidad.

**Pregunta 9:** ¿Cuál es el precio que normalmente Ud. paga por adquirir una prenda de vestir bordadas a mano?

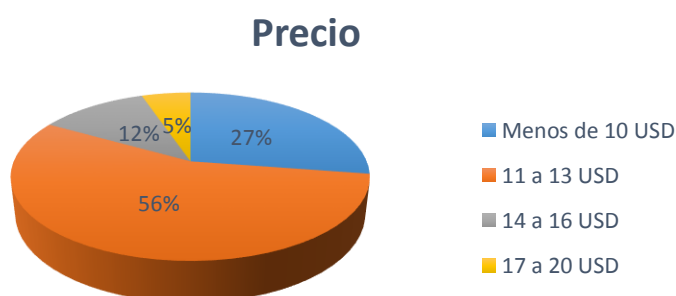
**Indicador:** Precio

**Tabla N° 26 Precio**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 10 USD	100	27%
11 a 13 USD	204	56%
14 a 16 USD	42	12%
17 a 20 USD	19	5%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 27 Precio**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

De acuerdo a la investigación realizada se pudo conocer que la totalidad de las personas encuestadas prefieren comprar a un precio entre los once a trece dólares. Además el precio de los productos influye en gran medida de acuerdo a turistas nacionales y extranjeros ya que los turistas nacionales pagan un precio menor mientras que los turistas extranjeros valoran los trabajos a mano y optan por pagar un precio mayor.

**Pregunta 10:** ¿Usted estaría dispuesto a comprar blusas y camisas bordadas a mano con hilo de fibra de cabuya e hilos de algodón?

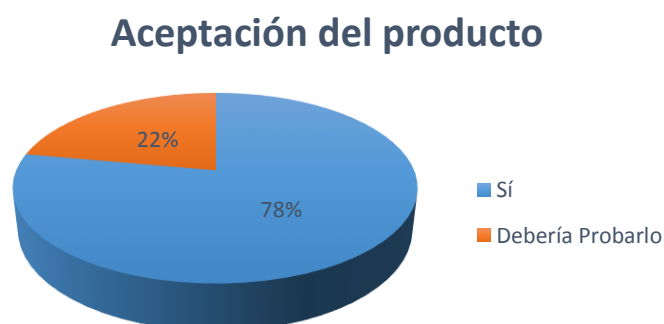
**Indicador:** Aceptación del producto

**Tabla N° 27 Aceptación del Producto**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	284	78%
Debería Probarlo	81	22%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 28 Aceptación del Producto**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

De acuerdo a las respuestas de las personas encuestadas se pudo notar que las personas si están dispuestos a comprar productos bordados a manos a base de hilo de fibra de cabuya e hilos de algodón, debido a que prefieren comprar algo nuevo y novedoso más que todo con un valor agregado ya que esto es lo que más atraen a los turistas nacionales y extranjeros, en cambio el 22% dijeron que primeramente deberían probarlo ya que es algo nuevo y dependiendo a la reacción del producto comprarían en cantidades mayores.

**Pregunta 11:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estas prendas de vestir combinadas con estos hilos?

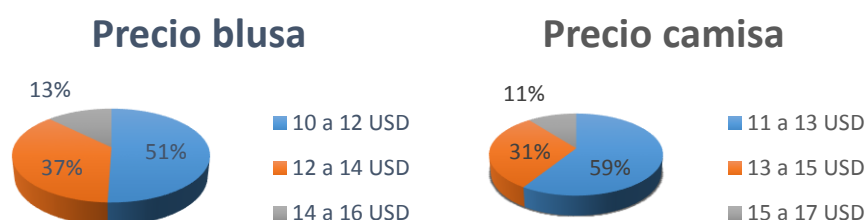
**Indicador:** Precio

**Tabla N° 28 Precios**

	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio blusa	10 a 12 USD	184	51%
	12 a 14 USD	134	37%
	14 a 16 USD	46	13%
	<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>
	Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio camisa	11 a 13 USD	215	59%
	13 a 15 USD	111	31%
	15 a 17 USD	38	11%
	<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 29 Precio blusa y camisa**



**Fuente:** Encuesta a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

Según las encuestas realizadas la mayoría de las personas supieron informar que prefieren un producto que sea desde los diez hasta los trece dólares, ya que algunos turistas son nacionales y prefieren algo que esté al alcance de su bolsillo, mientras que los turistas extranjeros ya sean hombres o mujeres estarían dispuestos a pagar un precio moderado dependiendo al tipo de

producto y que cumplan con todas las características que debe tener un producto como la calidad, comodidad y moda.

○ **Estructura y segmentación de mercado**

**Tabla N° 29 Segmentación de mercado**

	<b>Segmentación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Análisis</b>
Edad	14 - 20 años	19%	El mayor porcentaje de turistas que visitan la ciudad de Otavalo está entre los 21 a 45 años de edad, lo cual quiere decir que se convierten en los potenciales clientes.
	21 - 30 años	26%	
	31 - 45 años	32%	
	46 - 65 años	23%	
Género	Masculino	48%	Tanto hombres y mujeres visitan la ciudad y tienen preferencia tanto de blusas como las camisas.
	Femenino	52%	
Nacionalidad	Ecuatoriano	33%	La mayor parte de los visitantes son turistas extranjeros quienes promueven al desarrollo económico local.
	Extranjero	67%	
Ocupación	Empleado Público	15%	La mayoría de los turistas no supieron especificar su ocupación de trabajo, pero manifestaron que tienen negocios propios, algunos son estudiantes y otros trabajan en instituciones públicas o privadas.
	Empleado Privado	12%	
	Negocio Propio	25%	
	Ama de casa	6%	
	Estudiante	13%	
	Otros	29%	
Ingresos mensuales	300 a 400 USD	14%	Los ingresos de los turistas dependen del tipo de ocupación, la mayor parte de las personas dijeron que generan ingresos de 501USD en adelante.
	401 a 500 USD	36%	
	501 USD en adelante	49%	

**Fuente:** Encuesta a turistas Nacionales y Extranjeros

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

### 3.6.2. Entrevista aplicada a los negocios o locales de prendas de vestir

Según las entrevistas realizadas a los expertos en producción y comercialización de prendas de vestir, se pudo conocer en conjunto el proceso productivo de este tipo de prendas, las maquinarias utilizadas, además; como dato adicional del negocio la Cascada es que el precio de venta ofrecido a los turistas nacionales y extranjeros es distinto a los precios ofrecidos a los compradores mayoristas.

#### *Tabla N° 30 Entrevista a productores*

---

##### **Negocio 1: LA CASCADA**

**Propietario:** Antonio Cabascango - Entrevistado

**Lugar, fecha y hora:** Otavalo, 09 de junio de 2015, 17:56 pm

**Calles:** Salinas y Sucre

**Teléfono:** 062 922 – 565

##### **Negocio 2: SANTEX**

**Propietario:** Humberto Santellán, Luz Mila Conejo - Entrevistado

**Lugar, fecha y hora:** Otavalo, 08 de mayo de 2015, 11:00 am

**Calles:** Avenida Quito y Ricaurte

**Teléfono:** 0991719756

##### **Negocio 3: PRODUCCIONES LÓPEZ**

**Propietario:** Jorge López - Entrevistado

**Lugar, fecha y hora:** Otavalo, 16 de mayo de 2015, 14:07 pm

**Calles:** Sucre y Juan Montalvo

**Teléfono:** 062 903 – 213

---

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016



Los propietarios de los negocios supieron responder de distinta manera cada pregunta pero enfocados en un mismo propósito, a continuación se presenta un análisis consolidado de los tres negocios en conjunto.

### **Preguntas aplicadas**

#### **Pregunta 1: ¿Qué tipos de productos ofrece su negocio?**

**Indicador:** Tipo de productos

Los negocios entrevistados ofrecen distintos tipos de productos ya sean para damas, caballeros y niños con sus respectivas tallas, colores, modelos de acuerdo a los gustos del consumidor, pero cabe recalcar que la mayoría de los bordados son hechos a máquina computarizada.

***Tabla N° 31 Tipo de prendas***

Blusas	Sacos de lana	Vestidos
Camisas	Pantalones	Capris
Faldas	Playeras	Batas

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### **Pregunta 2: ¿Cuál es el proceso de elaboración de las blusas y camisas?**

Los negocios mencionaron que el proceso de elaboración es:

- Adquisición de la materia prima
- Decisión de la prenda que desea producir.
- Tendido de la tela de acuerdo a la cantidad requerida.
- Trazado con una tiza los modelos del tipo de prenda.
- Cortado de la tela trazada con la cortadora y se obtiene las piezas de las prendas.
- Confección de las prendas: los trabajadores unen las piezas para tener el producto final adicionándole a este el empaque.

**Pregunta 3: ¿Qué tipo de maquinarias utiliza en la elaboración de estas prendas?**

Las maquinarias más comunes que se utilizan en la elaboración de estas prendas son:

- Recta
- Tendedora
- Bordadora
- Overlook
- Plancha
- Ojalatera
- Cortador

**Pregunta 4: Qué tipo de materiales utiliza en la producción de estos productos?**

**Indicador:** Materia Prima

- Hilos para bordar a máquina
- Botones
- Hilos para recta y overlook
- Cordones
- Tela
- Cintas

**Pregunta 5: ¿Cómo realiza la venta de sus productos?**

**Indicador:** Canales de distribución

La venta de los productos se realiza mediante venta directa y a través de publicidades como la entrega de tarjetas a los clientes de la ciudad de Guayaquil, Cuenca, Quito y a los turistas extranjeros que realizan las compras en el local o punto de comercialización.

**Pregunta 6: ¿En qué mercados comercializa sus productos?**

**Indicador:** Cobertura del producto

Estos productos son comercializados tanto a nivel local, nacional e internacional, principalmente en la costa ya que es esta ciudad el clima es cálido y necesitan una prenda ligera y suave.

### 3.6.3. Encuesta dirigida a expertos en producción de blusas y camisas

#### ○ Identificación de la población

Según los datos emitidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo y la UNAIMCO (Ver anexos N° 5, p. 264) mencionan que: los negocios dedicados a la venta de blusas y camisas artesanales en la ciudad de Otavalo es de treinta y seis locales, para el cual las tres primeras preguntas se aplicaron a todos los negocios, mientras que para la pregunta número cuatro solo se logró aplicar a once negocios debido a que los demás no supieron brindar una información real.

Para la aplicación de las encuestas se aplicó un censo y no una muestra debido a que el número de negocios es inferior a cien.

**Tabla N° 32 Productores de prendas de vestir**

Nombre del negocio	Entrevistado	Fecha	Dirección	Cargo	Teléfono
<b>Santex</b>	Luz Mila Conejo/Humberto Santellán	05/06/2015	Quito y Ricaurte	Dueño	0991719756
<b>La cascada</b>	Antonio Cabascango	05/06/2015	Salinas y sucre	Dueño	062922565
<b>Confecciones Chuquín</b>	Milinton Ademar Chuquín Quito	05/06/2015	Quito y sucre	Dueño	S/N
<b>Xime's</b>	Martha Ximena Gómez Flores	05/06/2015	Quito y pasaje Moreano	Dueño	S/N
<b>Confecciones Horeb</b>	Lucila Matango Saravino	05/06/2015	Bolívar y Salinas	Dueño	062922358
<b>Artesanías otavalo</b>	Cesar Manuel Oyagata Túquerres	05/06/2015	Quiroga y pasaje Moreano	Dueño	062690771
<b>Textiles Díaz</b>	Luis Enrique Díaz Pineda	06/06/2015	Salinas y sucre	Dueño	062690301
<b>Producciones López</b>	Jorge López Saransig	06/06/2015	Plaza de los ponchos	Dueño	062903213
<b>Puesto 1</b>	Arellano Angelita	06/06/2015	Plaza de los ponchos	Dueño	0999903150
<b>Puesto 2</b>	Mercedes Lema	06/06/2015	Plaza de los ponchos	Dueño	S/N
<b>Puesta 3</b>	Mery Santillán Guaján	06/06/2015	Plaza de los ponchos	Dueño	S/N

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Preguntas

### Pregunta 1 ¿Cuál de estos productos tiene mayor demanda?

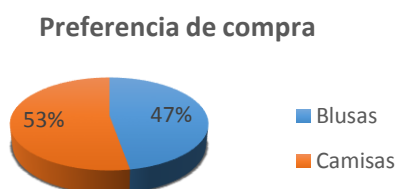
**Indicador:** Preferencia de compra

**Tabla N° 33** *Preferencia de compra*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Blusas	17	47%
Camisas	19	53%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 31** *Preferencia de compra*



**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Análisis

Los negocios informaron que el producto de mayor demanda es la camisa luego con un pequeño porcentaje de diferencia la blusa, además; dijeron que estos productos son demandados en las zonas cálidas y también porque el gobierno actual utiliza este tipo de prendas. Los turistas extranjeros prefieren estos productos debido a que son productos elaborados por los pueblos indígenas.

## Pregunta 2 ¿Cuál es el precio unitario de la blusa y camisa según las tallas para los turistas?

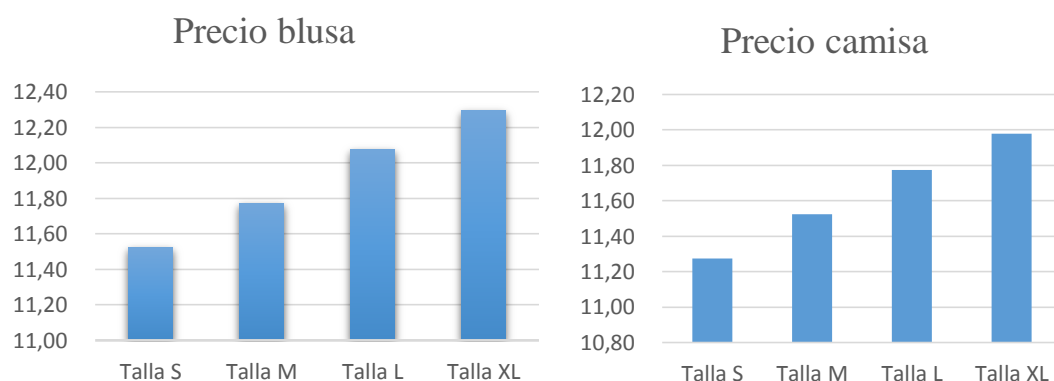
**Indicador:** Precio

**Tabla N° 34 Precios blusas y camisas**

Tallas	Precio blusa	Precio camisa
Talla S	11,52	11,27
Talla M	11,77	11,52
Talla L	12,08	11,77
Talla XL	12,30	11,98

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 32 Precio blusa y camisa**



**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2015

## Análisis

Los propietarios de los negocios manifestaron distintos precios que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros, para lo cual en este resultado solo se plasma el precio promedio para cada prenda dependiendo las tallas.

### Pregunta 3. ¿Qué factores considera Ud. para ser competitivo?

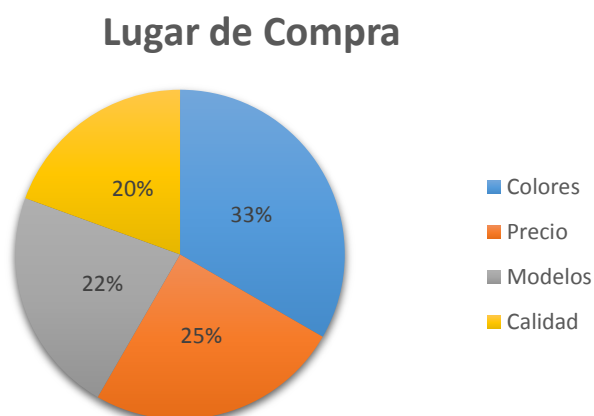
**Indicador:** Competencia

**Tabla N° 35 Competencia**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Colores	12	33%
Precio	9	25%
Modelos	8	22%
Calidad	7	19%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Gráfico N° 33 Competencia**



**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Análisis

Los propietarios manifestaron que los factores que consideran para ser competitivos es la combinación de colores, modelos, precios, la amabilidad entre otros factores, también los turistas toman en cuenta la atención brindada en los locales al momento de realizar la compra de uno o más productos.

#### Pregunta 4. ¿Cuáles son los datos históricos de estos años?

**Indicador:** Cantidad de prendas

En vista de que algunos propietarios de los negocios no supieron manifestar los datos históricos, se tomó en cuenta solo a once negocios mostrados en la (Tabla N° 32, p. 128), quienes si manifestaron el número de prendas producidas en el año 2012, 2013 y 2014, el cual sirvió para conocer el promedio de los datos históricos y el nivel de crecimiento de la producción.

**Tabla N° 36 Datos históricos de las blusas**

Negocios	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Confecciones Santex	12.984	13.386	13.800
La cascada	13.023	13.289	13.700
Confecciones Chuquín	12.358	12.610	13.000
Xime's	9.031	9.215	9.500
Confecciones Horeb	7.998	8.245	8.500
Artesanías Otavalo	6.620	6.790	7.000
Textiles Días	7.151	7.372	7.600
Producciones López	5.202	5.335	5.500
Puesto 1	5.282	5.390	5.500
Puesto 2	3.822	3.900	4.000
Puesto 3	3.842	3.920	4.000
<b>Promedio</b>	<b>7.937</b>	<b>8.132</b>	<b>8.373</b>

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2015

**Tabla N° 37 Datos históricos de camisas**

Negocios	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Confecciones Santex	13.173	13.580	14.000
La cascada	13.587	14.007	14.440
Confecciones Chuquín	12.646	13.037	13.440
Xime's	9.526	9.720	10.000
Confecciones Horeb	8.468	8.730	9.000
Artesanías Otavalo	7.225	7.372	7.600
Textiles Días	7.998	8.245	8.500
Producciones López	5.513	5.684	5.800
Puesto 1	5.202	5.335	5.500
Puesto 2	4.256	4.388	4.500
Puesto 3	4.234	4.365	4.500
<b>Promedio</b>	<b>8.348</b>	<b>8.587</b>	<b>8.844</b>

**Fuente:** Productores de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 3.6.4. Ficha de observación aplicadas a negocios de la ciudad de Otavalo.

**Tabla N° 38 Negocios Observados**

Nombre del negocio	Entrevistado	Fecha	Dirección
<b>Moda Andina Original</b>	Eudocia Huamán Isasi	08/06/2015	Modesto Jaramillo y Morales
<b>Prosanti</b>	María Cachiguango Amaguaña	08/06/2015	Bolívar y Salinas
<b>Ayllutex</b>	Ana Lucía Lema	08/06/2015	Plaza de los ponchos
<b>S/N</b>	Santellán María Yolanda	08/06/2015	Bolívar y Salinas

**Fuente:** Locales de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Evaluación de atributos

**Indicadores:** Presentación, Calidad, Colores, Tallas

**Tabla N° 39 Atributos**

Atributos	Moda andina original	Prosanti	Ayllutex - S/N
<b>Presentación</b>	Prendas ordenadas pero no bien distribuidas lo cual hace menos atractivo el lugar.	Prendas dobladas y no dobladas lo cual hace menos atractivo el lugar.	Prendas ordenadas lo cual hace más atractivo al local.
<b>Calidad</b>	Cumple con los requisitos de calidad, ya que son licenciarios de ama la vida	Algunas prendas son guardadas y prelavados.	Al parecer cumple con algunos requisitos de calidad.
<b>Modelos</b>	Tienen todos los modelos.	A veces tienen todos los modelos.	No tienen variedad de modelos
<b>Precio</b>	El precio es considerable	El precio es alto	El precio es considerable
<b>Complementos del empaque</b>	No tienen en empaques, utilizan fundas al momento de vender el producto.	No tienen en empaques, utilizan fundas al momento de vender el producto.	Empacan por docenas.
<b>Combinación de colores</b>	Utilizan todas las tonalidades de colores.	Utilizan todas las tonalidades de colores.	Utilizan todas las tonalidades de colores
<b>Tallas</b>	Tienen todas las tallas	Tienen todas las tallas solo por pedidos	A veces tienen todas las tallas

**Fuente:** Locales de prendas de vestir  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016



## **Análisis**

Los negocios observados ofrecen prendas de vestir artesanales que no cumplen con todos los atributos como: la combinación de colores ya que realizan solo bordados computarizados, la falta de tallas, modelos en especial en los negocios pequeños, los almacenes de la ciudad de Otavalo se convierten en los principales competidores del mercado debido a que ofrecen productos similares.

### **3.7. Análisis de la demanda**

#### **3.7.1. Naturaleza del cliente**

Según la (**Pregunta N° 4, p. 116**) de las encuestas realizadas se investigó los distintos criterios de preferencia de compra que tienen los turistas en la compra de los productos, a continuación se analiza los principales factores.

##### **○ Comodidad y combinación de colores**

La combinación de colores tanto en las blusas como en las camisas son muy importantes debido a que los turistas prefieren colores llamativos que combinen con el tono de piel, mientras que la comodidad brinda satisfacción al cliente esto quiere decir que si adquieren un producto que cumpla todas las expectativas del cliente se logrará fidelizar al consumidor en la siguiente compra.

##### **○ Precio, calidad y moda**

El precio se basa en los distintos tipos de criterios del producto, según el análisis de los porcentajes se pudo notar que los turistas nacionales prefieren productos a precios accesibles y que estén al alcance de sus bolsillos mientras que los turistas extranjeros toman en cuenta distintos factores para adquirir un producto. La calidad también es un punto muy importante al momento de adquirir un producto ya que si un producto es de calidad; brinda comodidad y

satisfacción al cliente. La moda influye en gran medida debido a que los diseños, modelos y colores forman parte de un producto llamativo.

**Tabla N° 40 Preferencia de Compra**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	46	13%
Comodidad	84	23%
Calidad	65	18%
Moda	46	13%
Colores	123	34%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 3.7.2. Demanda actual

#### ○ Turistas dispuestos a comprar

Para el cálculo de la demanda actual se basó en las encuestas realizadas a los turistas, para ello se tomó en cuenta la (**Pregunta N°10, p. 122**) donde se analizó el número de turistas que estarían dispuestos a comprar las prendas de vestir bordados a mano a base de hilo de fibra de cabuya e hilos de algodón. En el siguiente cuadro se observa que el 78% de los turistas estarían dispuestos a comprar el producto ofrecido.

**Tabla N° 41 Demanda Actual**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	284	78%
Debería Probarlo	81	22%
<b>Total</b>	<b>365</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### ○ **Aceptación del producto**

Según el número total de turistas que llegaron a la ciudad de Otavalo (**Ver tabla N° 17, p. 109**), multiplicado por el porcentaje de personas que estarían dispuestos a comprar estas prendas de vestir a base de hilo de fibra de cabuya según la (**Pregunta N° 10, p. 122**), se obtiene el número real de turistas que estarían dispuestos a comprar, teniendo como resultado 367.903 personas que serían el potencial cliente.

**Tabla N° 42 Aceptación del Producto**

<b>Aceptación del producto</b>	
Turistas año 2014	471.670
Porcentaje de preferencia	78%
<b>Total</b>	<b>367.903</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### ○ **Frecuencia y cantidad de compra**

Para determinar la frecuencia y la cantidad de compra que adquieren los turistas se tomó en cuenta la (**Pregunta N° 3, p. 115**), empezando con 376.903 personas que si están dispuestos a comprar el producto, después se calcula este valor con los porcentajes obtenidos en la pregunta n° 3 que son: el 2%, 17%, 32% y 49% y se tiene el número de prendas pero sin tomar en cuenta la multiplicación con el número de unidades que adquieren en los diferentes periodos de compra. Entonces para conocer el número real y total de prendas que adquieren los turistas se multiplica el número de prendas por el porcentaje de unidades ( por ejemplo en la pregunta n° 3 empezando con el mensual: se divide el número de personas que prefieren varias unidades para el total de personas que compran; o sea, 2 personas compran 1 unidad, 3 personas compran 2 unidades, 1 persona compra 3 unidad ,1 persona compra 4 unidades, 1 persona compra 5 unidades, teniendo en total que 8 personas compran diferentes unidades mensualmente, para conocer el porcentaje de las unidades se divide  $2/8= 25\%$  compran 1 unidad,  $3/8=38\%$  compran

2 unidades,  $1/8=13\%$  compran 3,4 y 5 unidades, de la misma manera aplicando el mismo cálculo para los demás periodos de compra). Después de obtener estos porcentajes se multiplica el número de prendas por el porcentaje de unidades y finalmente multiplicando por los periodos de adquisición ya sea: en meses (12), trimestres (4), semestres (2) o anual (1).

**Tabla N° 43 Frecuencia y cantidad de compra**

Aceptación del producto	Frecuencia de compra	Porcentaje	Número de prendas	Cantidad de compra	Porcentaje	Total de prendas
367.903	Mensual (12 periodos)	2%	7.745	1 unidad	25%	23.236
				2 unidades	38%	34.854
				3 unidades	13%	11.618
				4 unidades	13%	11.618
				5 unidades	13%	11.618
	Trimestral (4 periodos)	17%	63.589	1 unidad	11%	28.262
				2 unidades	21%	52.486
				3 unidades	19%	48.449
				4 unidades	21%	52.486
				5 unidades	29%	72.673
	Semestral (2 periodos)	32%	116.180	1 unidad	23%	52.534
				2 unidades	17%	40.410
				3 unidades	16%	36.369
				4 unidades	18%	42.431
				5 unidades	26%	60.616
	Anual (1 periodo)	49%	180.389	1 unidad	23%	41.341
				2 unidades	22%	39.224
				3 unidades	18%	32.266
				4 unidades	20%	36.300
				5 unidades	17%	31.258
Total		100%	367.903	Total prendas de vestir		760.049

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Entonces se puede determinar que la demanda actual de las prendas de vestir es de 760.049 unidades debido a que los turistas que llegan a Otavalo compran varias unidades ya sea en distintos periodos de visita.

○ **Preferencia de prendas de vestir**

Según la (**Pregunta N° 6, p. 118**), se determinó la demanda actual de cada producto, tomando en cuenta que el 42% pertenece con lo referente a blusas y el 45% a camisas, siendo un total del 87% que prefieren solo blusas y camisas, mientras que el porcentaje restante pertenece a otro tipo de prendas que no es parte de este proyecto.

**Tabla N° 44 Preferencia de prendas de vestir**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Blusas	154	42%
Camisas	165	45%

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Para el cálculo de la preferencia de prendas de vestir específicamente de la blusa y de la camisa, se calcula con el número total de prendas (**Ver tabla N°43, p. 137**) multiplicado por el porcentaje de preferencia de cada producto teniendo como resultado 319.221 que prefieren blusas y 342.022 las camisas y con un consolidado de 621.243 unidades, los cálculos se demuestra en el siguiente cuadro.

**Tabla N° 45 Preferencia de prendas de vestir Blusas - Camisas**

Producto	Total de prendas	Porcentaje	Total de prendas
Blusas	760.049	42%	319.221
Camisas		45%	342.022
<b>Total</b>		<b>87%</b>	<b>661.243</b>

**Fuente:** Encuestas a turistas nacionales y extranjeros  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 3.7.3. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se obtuvo un promedio de los porcentajes de crecimiento de los turistas que visitan la ciudad de Otavalo, según la Dirección de Turismo de Otavalo, el

diario El Norte y El Telégrafo informaron el incremento turístico de los años 2010, 2011, 2013 y 2014, teniendo como resultado en promedio del 11,29%.

**Tabla N° 46 Porcentaje de turistas en Otavalo**

<b>Años</b>	<b>Porcentaje de crecimiento</b>
2010	8,97%
2011	11,19%
2013	10,00%
2014	15,00%
<b>Promedio</b>	<b>11,29%</b>

**Fuente:** Dirección de Turismo Otavalo, El Norte, El Telégrafo  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Entonces, según esta fórmula se realiza el cálculo de proyección para los años posteriores.

**Fórmula:**

$$M_n = M_o (1+t)$$

**Donde:**

M<sub>n</sub>= Demanda futura

M<sub>o</sub>= Demanda actual

1= constante

T= tasa de crecimiento

**Tabla N° 47 Proyección de la demanda – blusas y camisas**

<b>Años</b>	<b>Blusas</b>	<b>Camisas</b>
Año 2016	355.261	380.636
Año 2017	395.369	423.610
Año 2018	440.007	471.436
Año 2019	489.683	524.661
Año 2020	544.969	583.895

**Fuente:** Número de turistas y encuesta aplicadas  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 3.8. Análisis de la oferta

#### 3.8.1. Número de negocios en Otavalo

En la ciudad de Otavalo existe un sinnúmero de negocios que se dedican a la producción y comercialización de productos artesanales, según la comisaria municipal de Otavalo el número de personas que realizan actividades económicas es 4.600 comerciantes, quienes se dedican a la producción y venta de distintos tipos de artesanías en la plaza de los ponchos, locales o puestos de las calles especialmente los días sábados.

Según el área de rentas del municipio de Otavalo manifestó que existen 17 locales en el centro de la ciudad que se dedican a la comercialización de prendas de vestir a base de tela hindú y que se encuentran registrados en el padrón de patentes anual y en la UNAIMCO mencionó que existen 19 puestos en la plaza de los ponchos que se dedican a la misma actividad, teniendo un total de 36 productores y comercializadores de prendas de vestir (**Ver anexo N° 5, p. 264**).

**Tabla N° 48 Negocios de la ciudad de Otavalo**

Negocios	
Patentes	17
Unaimco	19
<b>Total</b>	<b>36</b>

**Fuente:** Registro: patentes GAD Otavalo y productores UNAIMCO  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### ○ Proyección del número de negocios en Otavalo

Para la proyección del número de negocios en la ciudad de Otavalo se toma el porcentaje del Producto Interno Bruto del Ecuador, según el Banco central del Ecuador informó que el Producto Interno Bruto para el año 2015 en la rama manufacturera es del 3,8%.

**Tabla N° 49 Número de Negocios Proyectados - Otavalo**

<b>Años</b>	<b>Número de Negocios Proyectados <math>N(1+0,038)^n</math></b>
Año 2016	37
Año 2017	39
Año 2018	40
Año 2019	42
Año 2020	43

**Fuente:** Registro: patentes GAD Otavalo y productores UNAIMCO  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 3.8.2. Datos históricos de la producción de prendas de vestir

De acuerdo a las encuestas realizadas a los expertos en producción de prendas de vestir a base de tela hindú en la ciudad de Otavalo, se determinó el número de prendas producidas en años anteriores conocida como los registros históricos anuales (**Ver tablas N° 36 y 37, p. 132**) según estos datos históricos se pudo determinar el número promedio de blusas y camisas producidas anualmente, en este caso tenemos datos históricos del año 2012, 2013 y 2014.

Para determinar la producción anual de cada una de las prendas se procede a sacar el promedio de producción anual y el porcentaje de crecimiento de los negocios teniendo los siguientes datos:

**Tabla N° 50 Promedio de datos históricos de prendas**

<b>Blusas</b>			<b>Camisas</b>		
<b>Años</b>	<b>Promedio</b>	<b>Porcentaje de incremento</b>	<b>Años</b>	<b>Promedio</b>	<b>Porcentaje de incremento</b>
Año 2012	7.937		Año 2012	8.348	
Año 2013	8.132	2,45%	Año 2013	8.587	2,87%
Año 2014	8.373	2,96%	Año 2014	8.844	2,98%
<b>Tasa Promedio</b>		<b>2,71%</b>	<b>Tasa Promedio</b>		<b>2,93%</b>

**Fuente:** Entrevista a productores  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016



### 3.8.3. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta el promedio general del porcentaje de crecimiento histórico de las prendas de vestir de cada año dependiendo del producto (**Ver tabla N° 50, p. 141**), entonces; en lo referente a blusas se tiene un porcentaje de crecimiento del 2,71% y para las camisas el 2,93% y de acuerdo a estos datos se realiza la proyección para los siguientes años, luego se multiplica el número de unidades a producir cada año por la proyección del número de productores de la ciudad de Otavalo (**Ver tabla N° 49, p. 141**) y se tiene la proyección de la oferta.

**Tabla N° 51 Proyección de la oferta - Número de Blusas anuales**

<b>Años</b>	<b>Proyectado</b>		<b>Incremento de unidades</b>	<b>Número de productores</b>	<b>Total oferta blusas</b>
Año 2016	8.599	unidades	-	37	321.337
Año 2017	8.832	unidades	233	39	342.571
Año 2018	9.071	unidades	239	40	365.209
Año 2019	9.316	unidades	245	42	389.343
Año 2020	9.568	unidades	252	43	415.072
<b>Total</b>	<b>45.386</b>	<b>unidades</b>	<b>969</b>		<b>1.833.532</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**Tabla N° 52 Proyección de la Oferta - Número de Camisas Anuales**

<b>Años</b>	<b>Proyectado</b>		<b>Incremento de unidades</b>	<b>Número de productores</b>	<b>Total oferta camisas</b>
Año 2016	9.102	unidades	-	37	340.142
Año 2017	9.369	unidades	266	39	363.402
Año 2018	9.643	unidades	274	40	388.252
Año 2019	9.925	Unidades	282	42	414.802
Año 2020	10.216	Unidades	291	43	443.167
<b>Total</b>	<b>48.256</b>	<b>Unidades</b>	<b>1.113</b>		<b>1.949.764</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.9. Análisis de precios

Los entrevistados de los locales supieron manifestar distintos tipos de precios de la cual se procedió a calcular el precio promedio para cada prenda (**Ver tabla N° 34, p. 130**).

El precio de las blusas y camisas se fijará dependiendo al precio de la competencia ya que los productos que ofrecen en los almacenes de la ciudad de Otavalo son productos sustitos.

**Tabla N° 53 Precios**

<b>Tallas</b>	<b>Precio blusa</b>	<b>Precio camisa</b>
Talla S	11,52	11,27
Talla M	11,77	11,52
Talla L	12,08	11,77
Talla XL	12,30	11,98

**Fuente:** Encuesta a productores  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### 3.9.1. Proyección del precio

Según el Banco Central del Ecuador la tasa de inflación para el mes de abril de 2.015 es del 4,32%, tasa que se aplicó en la proyección.

**Tabla N° 54 Proyección de Precio blusas**

<b>Años</b>	<b>Talla S</b>	<b>Talla M</b>	<b>Talla L</b>	<b>Talla XL</b>
Año 2016	12,02	12,28	12,60	12,83
Año 2017	12,54	12,81	13,14	13,38
Año 2018	13,08	13,37	13,71	13,96
Año 2019	13,65	13,94	14,30	14,56
Año 2020	14,24	14,55	14,92	15,19

**Fuente:** Encuesta a productores  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 55 Proyección de precio camisas**

<b>Años</b>	<b>Talla S</b>	<b>Talla M</b>	<b>Talla L</b>	<b>Talla XL</b>
Año 2016	11,76	12,02	12,28	12,49
Año 2017	12,27	12,54	12,81	13,03
Año 2018	12,80	13,08	13,37	13,60
Año 2019	13,35	13,65	13,94	14,18
Año 2020	13,93	14,24	14,55	14,80

**Fuente:** Encuesta a productores  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### **3.10. Balance oferta y demanda**

Luego del análisis de la oferta y demanda proyectada se determinó la demanda potencial a satisfacer, en seguida se determinó un porcentaje para establecer la participación que podría tener el proyecto en el mercado meta. Los porcentajes asignados para el primer año es del nueve por ciento, para el segundo seis por ciento para el tercero cinco por ciento y para el cuarto cuatro por ciento y para el quinto el tres por ciento, estos porcentajes de captación varían debido a que la demanda va subiendo más rápido que la oferta, para el proyecto se toma en cuenta una producción considerable.

**Tabla N° 56 Balance Oferta - Demanda**

<b>Años</b>	<b>Oferta (unidades)</b>	<b>Demanda (unidades)</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer (unidades)</b>	<b>Porcentaje a cubrir</b>	<b>Demanda a cubrir (unidades)</b>
<b>Año 2016</b>	<b>661.479</b>	<b>735.897</b>	<b>74.418</b>		<b>6.698</b>
Blusas	321.337	355.261	33.924	<b>9%</b>	3.053
Camisas	340.142	380.636	40.494		3.644
<b>Año 2017</b>	<b>705.973</b>	<b>818.980</b>	<b>113.007</b>		<b>7.187</b>
Blusas	342.571	395.369	52.798	<b>6%</b>	3.358
Camisas	363.402	423.610	60.208		3.829
<b>Año 2018</b>	<b>753.461</b>	<b>911.442</b>	<b>157.981</b>		<b>7.875</b>
Blusas	365.209	440.007	74.797	<b>5%</b>	3.729
Camisas	388.252	471.436	83.184		4.147
<b>Año 2019</b>	<b>804.145</b>	<b>1.014.344</b>	<b>210.199</b>		<b>8.513</b>
Blusas	389.343	489.683	100.340	<b>4%</b>	4.064
Camisas	414.802	524.661	109.859		4.449
<b>Año 2020</b>	<b>858.239</b>	<b>1.128.864</b>	<b>270.625</b>		<b>9.093</b>
Blusas	415.072	544.969	129.897	<b>3%</b>	4.365
Camisas	443.167	583.895	140.728		4.728
<b>Total</b>	<b>3.783.296</b>	<b>4.609.526</b>	<b>826.230</b>		<b>39.366</b>

**Fuente:** Análisis oferta y demanda  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Porcentaje de crecimiento

El porcentaje de crecimiento promedio de la microempresa Cabutex de cada año es del 8%.

**Tabla N° 57 Porcentaje de crecimiento de los productos**

<b>Años</b>	<b>Porcentaje a cubrir</b>	<b>Crecimiento</b>
2016	6.698	
2017	7.187	7,31%
2018	7.875	9,57%
2019	8.513	8,10%
2020	9.093	6,81%
<b>Promedio</b>		<b>8%</b>

**Fuente:** Análisis oferta y demanda  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

El mercado meta está compuesto por el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo ya sean de distintas ciudades o países, este producto está dirigido tanto para hombres y mujeres desde los quince hasta los sesenta años de edad, para que puedan elegir las tallas de acuerdo a su medida (desde la S hasta la XL). El producto está al alcance de los bolsillos de los consumidores.

### **3.12. Análisis de comercialización y distribución del producto**

#### **3.17.1. Estrategias del producto**

- Los colores de los bordados estarán combinados de acuerdo a la gama de colores presentada (**Ver anexo N° 7, p. 266**) y las figuras de los bordados serán: incaicos, naturales, flores y figuras de animales (**Ver anexo N° 21 y 22, p. 279**)
- Los bordados de la prendas serán a base de hilo de fibra de cabuya e hilo de algodón dándole un toque de elegancia, además estarán decorados con encajes y otros accesorios.
- La tela que se utilizará para la elaboración de los productos será la tela lienzo ya que esta es más ligera, cómoda y no encoje.
- Realizar constantes estudios de campo para la actualización de los distintos tipos de gustos y preferencias.

#### **3.17.2. Estrategias de precio**

- El precio dependerá con la mejora del producto sin alterar la calidad haciendo que el precio sea accesible a los bolsillos de los turistas y de esa manera teniendo una buena acogida en el mercado.
- Buscar proveedores directos que nos proporcionen la materia prima a precios cómodos y de buena calidad.

### **3.12.1. Estrategias de promoción**

- Poner un stand de productos más novedosos para tener un impacto positivo en la vista de los clientes y también una música relajante para el oído de los visitantes.
- Dar información de la manera más atenta y cordial sobre el producto, incluida la información sobre la posible visita que pueden realizar a la misma fábrica para recibir indagación del proceso productivo y el significado de los bordados basados en forma cultural y ancestral.
- Realizar publicidad por medio del internet, creando páginas web de la microempresa, canales de YouTube, por correos electrónicos, redes sociales (**Ver anexo N° 28, p. 282**) donde se detallen los productos, sus diseños, modelos, tallas, colores y precisamente el lugar donde las personas puede adquirir el producto.

### **3.12.2. Estrategias de plaza**

- Las blusas y camisas se exhibirán en un local ubicado en el centro de la ciudad de Otavalo en donde las compras realizarán tantos turistas nacionales y extranjeros.

### **3.12.3. Estrategias de distribución**

- Ofrecer la comodidad necesaria a los clientes a través de entregas por envíos o encomiendas hasta su punto de llegada en caso de realizar pedidos en gran cantidad.
- El local situado en el centro de la ciudad de Otavalo distribuirá el producto directamente a los turistas.

### **3.12.4. Logotipo**

El logotipo demuestra la imagen de la microempresa con el cual será reconocido a nivel nacional e internacional.

**Gráfico N° 34 Logotipo**

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### 3.12.5. Slogan

Se refiere al producto y al bordado especialmente la combinación de distintos tipos de hilos como la fibra de cabuya e hilos de algodón, dándole un toque especial en el tono de la piel con la combinación de todos los colores.

*“Lúcete con bordados mágicos”*

### 3.12.6. Etiqueta

La etiqueta permite identificar el negocio de donde proviene el producto.

**Gráfico N° 35 Etiqueta**

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### **3.13. Análisis del estudio de mercado**

De acuerdo al estudio de mercado realizado en la ciudad de Otavalo se determinó que existe una gran acogida de estos productos para los turistas, siempre y cuando cumplan con todas las exigencias que el cliente requiere como son: la combinación de colores, modelos, calidad y demás factores. En este caso serían los bordados a mano con la combinación de distintos tipos de hilos, cabe mencionar que en los locales de la ciudad no existen prendas de vestir bordadas a mano con este tipo de fibras el cual hace que la microempresa se convierta como uno de los únicos productores que lanzará este tipo de prendas con bordados de esta línea. De acuerdo al criterio de los turistas encuestados es que si estarían dispuestos a probar con este tipo de bordados ya que estas prendas son los que identifican a los pueblos Kichwas de Otavalo demostrando así: las culturas, tradiciones principalmente que los productos sean elaborados de manera artesanal, demostrando sus habilidades de bordado y la combinación de colores.

De acuerdo a la demanda se determinó que el porcentaje de aceptación del producto es del 78%, el cual quiere decir que 367.903 personas son los potenciales clientes, cada uno comprando productos dependiendo la cantidad de compra en la frecuencia de visita a la ciudad, cabe recalcar que la ciudad de Otavalo es un lugar donde el número de turistas incrementan cada año, lo cual hace que nuestro potencial cliente aumente de la misma manera.

La oferta de las prendas de vestir parte de los negocios que se dedican a la producción de productos sustitutos, de acuerdo a los datos históricos el volumen de producción de blusas y camisas para el año 2014 es de 17.216 prendas con una tasa de crecimiento promedio de 3% aproximadamente. El precio promedio para la venta de blusas es dependiendo a las tallas, esto se determinó de acuerdo al precio promedio que ofrecen los locales a los turistas nacionales y extranjeros.



## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de inversión e instalación de la planta, el cual permitirá determinar la capacidad operativa de la microempresa, también se analizará a los distintos proveedores de cada material que forma parte de este proyecto.

##### 4.1.1. Participación del proyecto

Según la (Tabla N° 56, p. 145) se determinó la demanda a cubrir, pero para conocer el número exacto de tallas a producir cada año se multiplicó por el porcentaje de aceptación de cada talla, estos datos son según las encuestas aplicadas a los turistas (Ver Tabla N° 24, p. 119) para luego finalmente tener el número de unidades a producir dependiendo del tipo de tallas tanto para hombres y mujeres.

**Tabla N° 58 Distribución de tallas**

<b>Años</b>	<b>Demanda a cubrir (unidades)</b>	<b>Talla S (26%)</b>	<b>Talla M (24%)</b>	<b>Talla L (26%)</b>	<b>Talla XL (23%)</b>
<b>Año 2016</b>	<b>6.698</b>	<b>1.763</b>	<b>1.622</b>	<b>1.763</b>	<b>1.551</b>
Blusas	3.053	803	739	803	707
Camisas	3.644	959	882	959	844
<b>Año 2017</b>	<b>7.187</b>	<b>1.891</b>	<b>1.740</b>	<b>1.891</b>	<b>1.664</b>
Blusas	3.358	884	813	884	778
Camisas	3.829	1.008	927	1.008	887
<b>Año 2018</b>	<b>7.875</b>	<b>2.072</b>	<b>1.907</b>	<b>2.072</b>	<b>1.824</b>
Blusas	3.729	981	903	981	863
Camisas	4.147	1.091	1.004	1.091	960
<b>Año 2019</b>	<b>8.513</b>	<b>2.240</b>	<b>2.061</b>	<b>2.240</b>	<b>1.971</b>
Blusas	4.064	1.069	984	1.069	941
Camisas	4.449	1.171	1.077	1.171	1.030
<b>Año 2020</b>	<b>9.093</b>	<b>2.393</b>	<b>2.201</b>	<b>2.393</b>	<b>2.106</b>
Blusas	4.365	1.149	1.057	1.149	1.011
Camisas	4.728	1.244	1.145	1.244	1.095

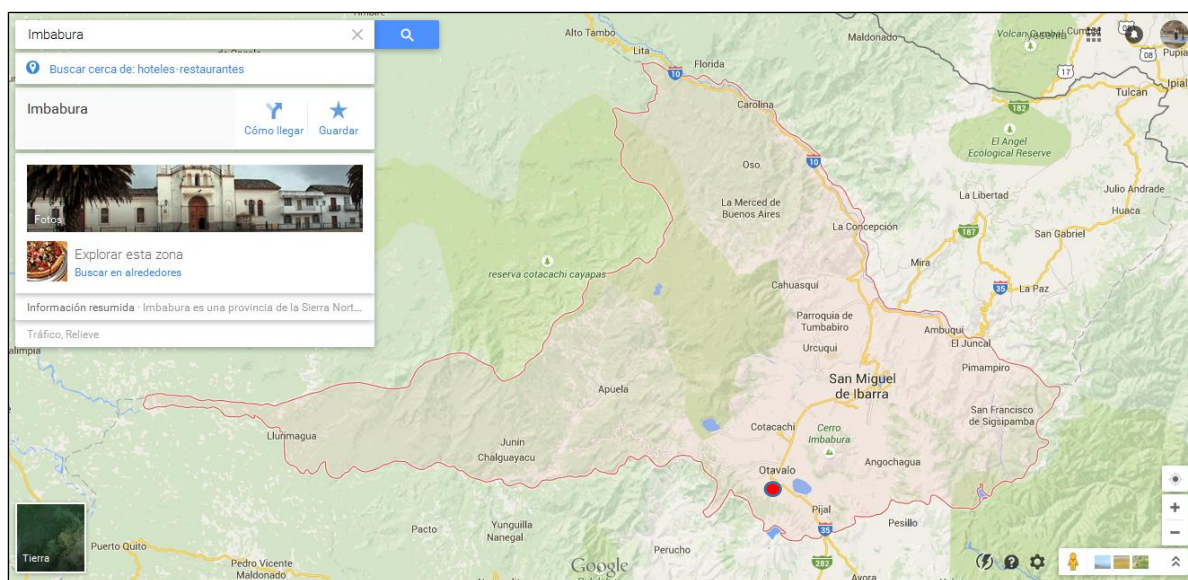
**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## 4.2. Localización del proyecto

### 4.2.1. Macro localización

La microempresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, esta ciudad es muy reconocida por los turistas nacionales y extranjeros para la compra de diferentes artesanías.

**Gráfico N° 36 Localización de la provincia Imbabura y el cantón Otavalo**

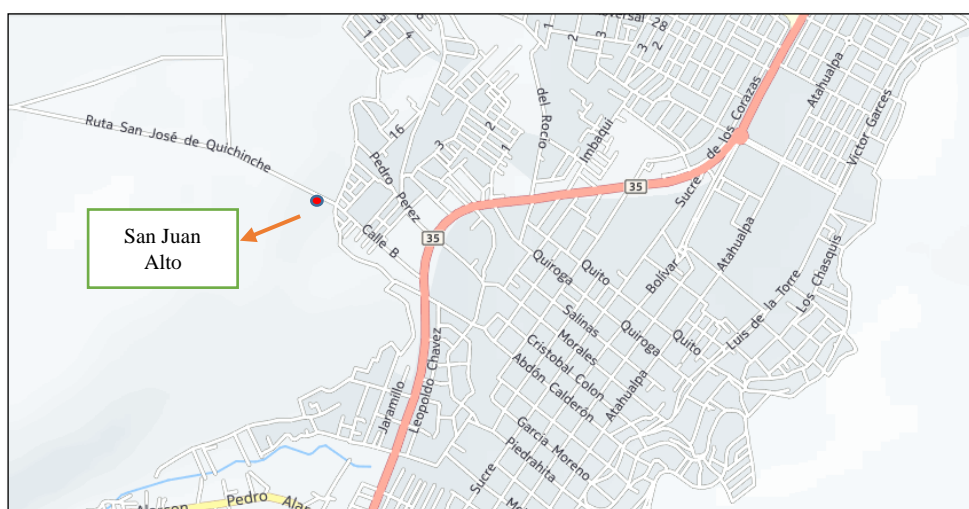


**Fuente:** google map  
**Elaborado por:** maps.place.Imbabura  
**Año:** 2016

### 4.2.2. Micro localización

La microempresa estará ubicada en la comunidad Kichwa San Juan Alto cerca de la ciudad de Otavalo, para la ubicación adecuada de la planta se analizó diferentes factores que influyen directamente en el proyecto como es la facilidad de adquisición de materia prima, mano de obra, servicios básicos entre otros, que permitirán conocer la correcta ubicación del proyecto y saber exactamente el lugar de ejecución.

**Gráfico N° 37 Localización de la comunidad San Juan Alto**



**Fuente:** Google.map  
**Elaborado por:** google.here  
**Año:** 2016

## Factores de localización de la planta

### Adquisición de insumos

Los insumos para la elaboración de los productos se adquirirán en el centro de la ciudad de Otavalo, donde se encuentran toda clase de materiales necesarios para la elaboración de un producto. La distancia entre la comunidad y la ciudad es alrededor de diez minutos, cuenta con vías estables el cual permite que los proveedores puedan entregar el pedido a la propia microempresa sin tener contratiempos.

### Infraestructura

El lugar seleccionado para la ubicación de la planta es óptimo debido a que su espacio físico no se encuentra dentro de la ciudad donde causarían ruidos o molestias a los habitantes, por esa razón la microempresa estará en la comunidad Kichwa San Juan Alto donde cuentan con factores básicos como: el agua, alcantarillas y la seguridad brindada por parte de los cabildos, siendo como presidente de la comunidad el Señor Marcelo Días.

### **Mano de obra - talento humano**

Para la elaboración de los productos se requiere la intervención de varias personas para obtener un producto final, por esta razón quienes prestarán la mano de obra requerida serán las mujeres indígenas de la comunidad Kichwa San Juan Alto, quienes prestarán servicios de bordados a mano con el fin de producir productos de acorde a la moda y de esa manera satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

### **Factores decisivos**

Se tomó en cuenta dos sitios específicos para la localización de la planta: Opción A: Comunidad San Juan Alto y opción B: Comunidad San Juan Bajo.

***Tabla N° 59 Niveles de evaluación planta***

<b>Calificación</b>	<b>Niveles</b>	<b>Porcentaje de valoración</b>
5	Óptimo	100%
4	Muy bueno	80%
3	Bueno	60%
2	Regular	40%
1	Malo	20%

**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 60 Matriz de factor ponderado**

Factor	Ponderación	Lugares	
		A	B
<b>Factores geográficos</b>	<b>30%</b>		
Disponibilidad de espacio físico	15%	12%	3%
Vías de acceso	15%	10%	5%
<b>Total</b>		<b>22%</b>	<b>8%</b>
<b>Factores legales</b>	<b>10%</b>		
Ordenanzas municipales	2%	1%	1%
Patente municipal	3%	2%	1%
RUC	5%	3%	2%
<b>Total</b>		<b>6%</b>	<b>4%</b>
<b>Factores sociales</b>	<b>20%</b>		
Apoyo de la comunidad	5%	3%	2%
Generación de empleo directo o indirecto	15%	10%	5%
<b>Total</b>		<b>13%</b>	<b>7%</b>
<b>Factores comerciales</b>	<b>40%</b>		
Flujo de personas	3%	1%	2%
Posición estratégica	6%	4%	2%
Seguridad	3%	1%	2%
Costo de suelo	4%	1%	3%
Servicios básicos	5%	2%	3%
Disponibilidad de materia prima	7%	3%	4%
Disponibilidad de energía eléctrica	5%	2%	3%
Disponibilidad de mano de obra calificada	7%	5%	2%
<b>Total</b>		<b>19%</b>	<b>21%</b>
	<b>100%</b>	<b>60%</b>	<b>40%</b>
<b>Elaborado por:</b> Yesenia López	<b>Evaluación</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
<b>Año:</b> 2016			

De acuerdo al resultado de los factores decisivos, la planta estará ubicada en dicha comunidad en las calles Shyris y Sarance, donde específicamente se encontrará la infraestructura para la producción de las prendas de vestir. Es un punto estratégico ya que cuenta con vías para la movilización de vehículos, servicios básicos, transporte público entre otros, pero más que todo existe una amplia disponibilidad de espacio físico para la construcción de la planta y tener un adecuado almacenamiento desde la adquisición de los materiales hasta la obtención del producto final, además; el lugar donde estará ubicada la planta tiene un mirador espectacular a la ciudad de Otavalo.

## Localización de la planta

La planta estará ubicada en la comunidad San Juan Alto, parroquia San Luis en el cantón Otavalo, contará con diferentes áreas para el correcto desempeño de los trabajadores, adicionalmente tendrá un pequeño local de artículos elaborados en el patio de la misma planta.

### *Gráfico N° 38 Comunidad Kichwa San Juan Alto*



**Fuente:** Documentos de la comunidad Kichwa San Juan Alto  
**Elaborado por:** GAD Municipal de Otavalo  
**Año:** 2016

## Factores de localización del local

### Factores decisivos

Se tomó en cuenta dos sitios específicos para la ubicación del local: Opción A: calle Sucre entre Salinas y Quiroga cuyo propietario es la Señorita Mariela Inojosa y el arrendador actual es la señora Rosa Bonilla con número de teléfono 0980716026, opción B: calle Bolívar entre Abdón Calderón y Cristóbal Colón cuyo arrendador actual es la señorita Mariela Perugachi, estos son los posibles locales de arriendo para la ubicación del local.

**Tabla N° 61 Niveles de evaluación local**

Calificación	Niveles	Porcentaje de valoración
5	Óptimo	100%
4	Muy bueno	80%
3	Bueno	60%
2	Regular	40%
1	Malo	20%

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**Tabla N° 62 Matriz de factor ponderado**

Factor	Ponderación	Lugares	
		A	B
<b>Factores geográficos</b>	<b>30%</b>		
Disponibilidad de espacio físico	30%	20%	10%
<b>Total</b>		<b>20%</b>	<b>10%</b>
<b>Factores legales</b>	<b>10%</b>		
Patente municipal	5%	3%	2%
RUC	5%	3%	2%
<b>Total</b>		<b>6%</b>	<b>4%</b>
<b>Factores comerciales</b>	<b>60%</b>		
Flujo de personas	15%	10%	5%
Posición estratégica	10%	8%	2%
Seguridad	8%	4%	4%
Costo de arriendo	13%	10%	3%
Servicios básicos	7%	4%	3%
Disponibilidad de energía eléctrica	7%	4%	3%
<b>Total</b>		<b>40%</b>	<b>20%</b>
	<b>100%</b>	<b>66%</b>	<b>34%</b>
	<b>Evaluación</b>	<b>3,3</b>	<b>1,7</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

El local estará situado en el centro de la ciudad de Otavalo en las calles Sucre entre Salinas y Quiroga junto a la plaza de los ponchos donde existe gran afluencia de turistas el cual permite el reconocimiento de las prendas de vestir por parte de los compradores. Actualmente se encuentra arrendado por la señora Bonilla pero posiblemente en un año el local puede estar disponible para ser arrendado.

## Localización del local

El local de comercialización o punto de venta de productos terminados estará ubicada en el centro de la ciudad, para el cual se procederá a realizar un contrato de arrendamiento (**Ver anexo N° 16, p. 277**).

**Gráfico N° 39 Ubicación del local comercial**



Fuente: [www.losviajeros.com](http://www.losviajeros.com)  
 Elaborado por: GAD Municipal de Otavalo  
 Año: 2016



### 4.3. Ingeniería del proyecto

Permite conocer e identificar a los principales proveedores de la materia prima, maquinarias, mano de obra y la estructura de la planta, de la misma manera identificar el proceso productivo y de comercialización de las prendas de vestir.

#### 4.3.1. Proceso productivo y de comercialización

La microempresa Cabutex realizará una serie de pasos para el buen desenvolvimiento en el proceso de producción, desde la adquisición de la materia prima hasta obtener el producto final, para ello se detallan los siguientes procesos:

- **Adquisición de la materia prima**

Los insumos para la elaboración de los productos se adquirirán a proveedores directos dependiendo a la calidad de materias que estos ofrecen.

**Tela lienzo:** se realizará pedidos de la tela a la empresa Saltos Cedeño ubicada en la ciudad de Quito (**Ver anexo N° 8, p. 267**), de la misma manera los materiales necesarios para las áreas de producción se realizara pedidos a la empresa Artesanías y Textiles Inty Raymi ubicada en la ciudad de Otavalo (**Ver anexo N° 26, p. 281**), quienes son los principales distribuidores de insumos necesarios para la confección y acabado de un producto.

- **Selección de la materia prima**

Para la elaboración de las prendas de vestir es necesario saber el color de la tela que se va cortar, la cantidad de materiales indirectos que se utilizarán según el modelo de las blusas y las camisas, más que todo estar al pendiente en la redistribución de los insumos a las demás áreas y sobre todo que haya disponibilidad de los recursos necesarios.

- **Corte de la tela**

Para ello es necesario una mesa de corte donde se desenrollará la tela y se procederá a tender de acuerdo a los moldes de cada modelo y talla, luego con ayuda de una tiza se realizará el trazado en la tela para finalmente cortarlo con ayuda de una máquina cortadora y esto será transportado al área de confección conociendo la cantidad de prendas cortadas, para ello es necesario tener muebles adecuados para un mejor desenvolvimiento en el área de corte. Los muebles se adquirirán en la empresa Terán Ayala ubicada en la ciudad de Ibarra (**Ver anexo N° 13, p. 274**).

- **Confección**

Se procederá a unir las piezas de las prendas seleccionadas con la ayuda de la máquina recta, overlook y recubridora que se adquirirá en la empresa MAINCO (**Ver anexo N° 9, p. 268**) los cuales permitirán tener un acabado de calidad en las costuras de las prendas y adicionalmente el pegado de las etiquetas que son los más importantes para el reconocimiento de la microempresa.

- **Bordado**

Es el área más importante debido a que en este lugar se procederá a realizar los bordados a mano, el cual requiere de mayor tiempo para tener un bordado de calidad, nítido en el relleno de las figuras con los hilos, combinación de colores, el diseño y las formas de los bordados, para ello es necesario un tambor para bordados manuales. (**Ver anexo N° 21, p. 279**)

- **Acabado**

En esta área se procede a revisar la calidad del producto, empezando con el limpiado de hilos, puesta de botones, cordones. De la misma manera en esta área se encuentra la mesa de doblado, planchado, y enfundado dependiendo a las tallas, verificando en cada acción realizada la calidad y si existiese algún tipo de error en la prenda se enviarán al área pertinente para la respectiva corrección.

- **Bodega**

En este lugar se realizará el empaque de las prendas de vestir dependiendo al modelo, talla y color, quién también será el encargado de enviar las prendas terminadas al punto de venta que se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Otavalo (**Ver gráfico N° 39, p. 157**)

- **Comercialización**

Para la comercialización de la prendas de vestir se realizará mediante la distribución de las prendas terminadas al local situado en la propia microempresa y al local ubicado en la ciudad de Otavalo para la venta de las mismas.

#### **4.3.2. Obras civiles**

- **Terreno**

El espacio físico para la ubicación de la microempresa estará compuesto por 160 m<sup>2</sup> cuyo dueño es el Señor Camilo Guaján López. Según el arquitecto Julio Saransig Picuasi mencionó que el precio de un metro cuadrado es de 22,00 USD o sea que la valoración total del terreno es de 3.520,00 USD ya que también cuenta con servicios básicos al alcance.

- **Edificio**

El espacio que se utilizará para la construcción de la planta es de 125 m<sup>2</sup>, cada metro cuadrado tiene un costo de 210,00 dólares teniendo como un precio total de 26.250,00 dólares, el cual estará distribuido en diferentes áreas tanto para la producción como para la administración de la microempresa, el cual permitirá tener un buen desenvolvimiento de todos los participantes dentro de ella.







**Tabla N° 63 Distribución de la infraestructura**

Áreas	M2
<b>Producción</b>	<b>74</b>
Diseños y corte	14
Confección	16
Bordados	12
Acabados y empaque	14
Bodega	18
<b>Administración</b>	<b>28</b>
Gerencia	14
Archivo de documentos	14
<b>Comercialización</b>	<b>15</b>
Exhibición	15
<b>Batería sanitaria</b>	<b>8</b>
<b>Total</b>	<b>125</b>

Fuente: Dibujante Wilson Yacelga  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

A continuación se muestra un cuadro analítico donde se desglosa los pasos a seguir para elaborar 175 blusas y 184 camisas según la producción de la competencia.

**Tabla N° 64 Simbología del diagrama de bloque**

Terminología	Símbolo
Almacenamiento	
Demora	
Entrada procedente del anterior	
Transporte	
Actividad en desarrollo	
Operación combinada	

Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

**Tabla N° 65 Diagrama de bloque de proceso**











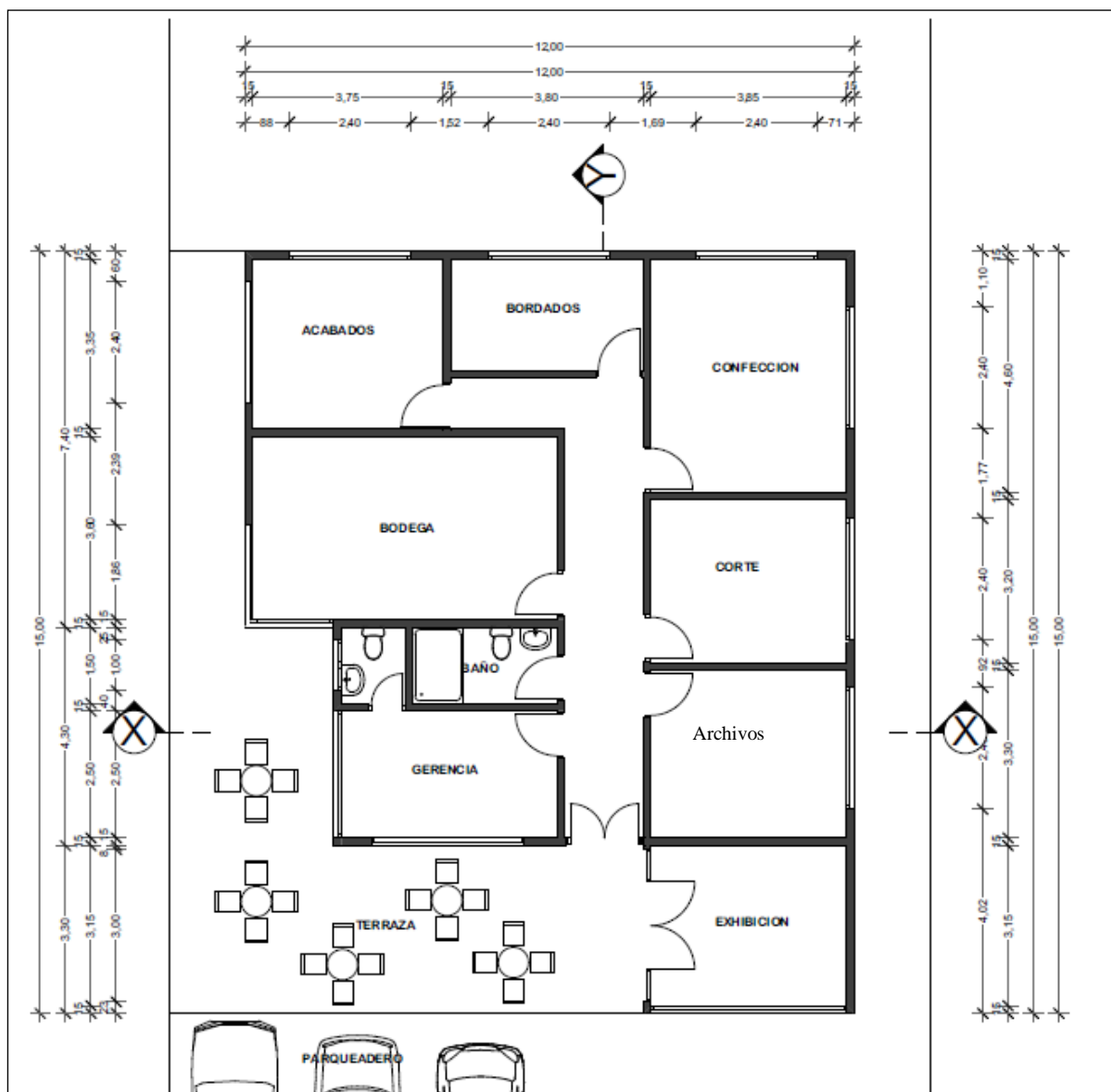
Detalles del método	Actividad	Tiempo	Observación
Selección de la materia prima		5%	Escoger el color de la tela
Diseño		8%	Definir el modelo
Trazado y corte		7%	Corte del trazado
Confección de la prenda		25%	Cosida en máquinas
Bordados a mano		28%	Uso del tambor y agujas
Colocación de accesorios		5%	Botones y cordones
Acabado		7%	Corte de hilachos
Doblado y planchado		10%	Con ayuda de una plancha
Empaquetado		3%	Enfundar
Traslado a la bodega y almacenar		2%	Almacenamiento
<b>Total</b>	<b>5 dias laborables</b>	<b>100%</b>	

Gráfico N° 40 Diseño de la planta

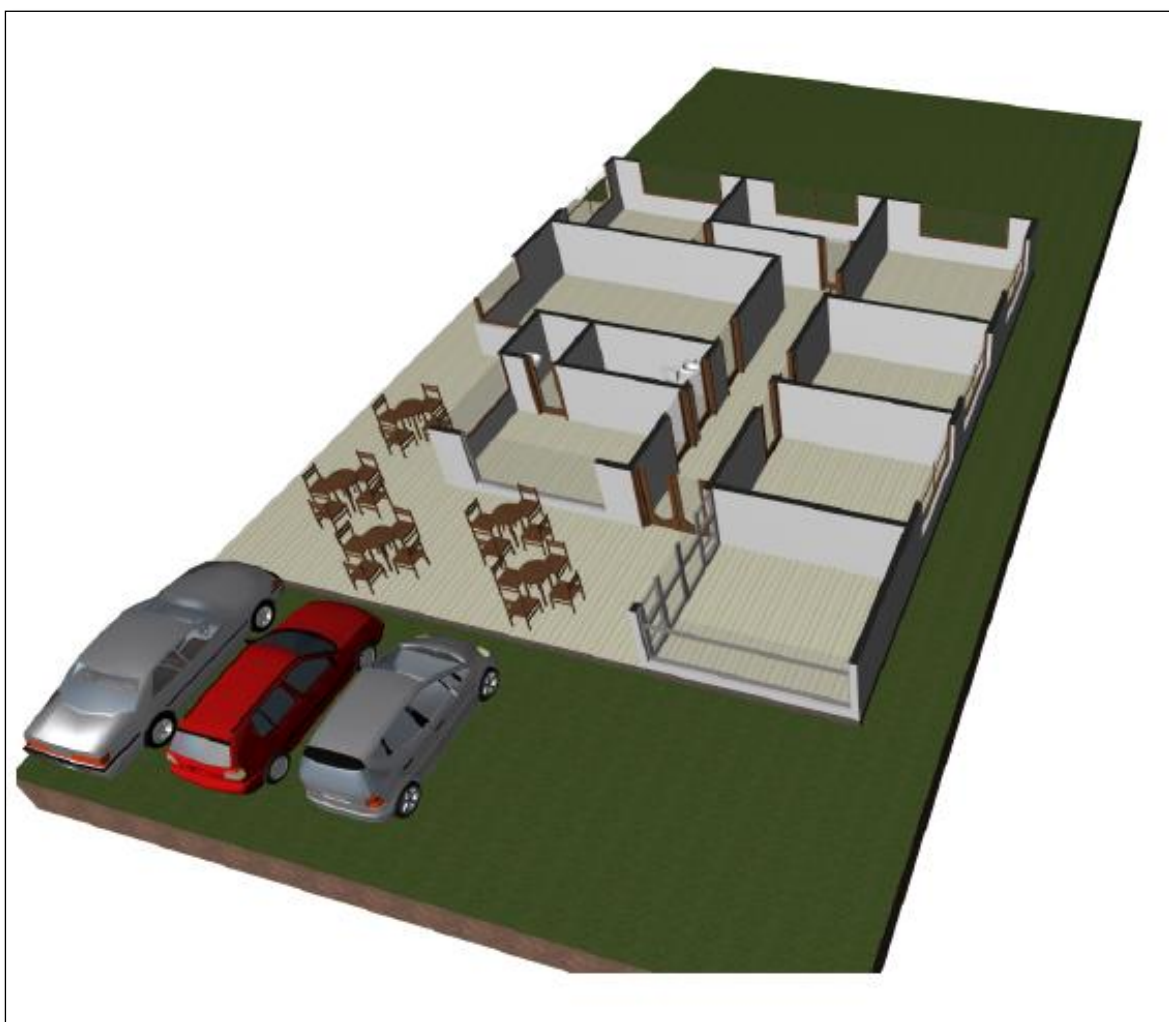


Elaborado por: Arq. Johan Lema y Dibujante. Wilson Yacelga  
 Año: 2016

- **Diseño de instalaciones**

La planta está compuesta por 3 áreas: el de producción, administración y comercialización dando un total de 125 metros cuadrados, estará compuesto por una edificación de planta baja el cual estará distribuido de acuerdo a las actividades a realizarse.

**Gráfico N° 41 Plano distribución de la planta**



**Elaborado por:** Arq. Johan Lema y Dibujante. Wilson Yacelga  
**Año:** 2016

### **Detalle de cada área**

#### ○ **Área administrativa**

El tamaño del área es de veinte y ocho metros cuadrados, el cual está compuesto por el área de gerencia (un administrativo) y de archivo (un contador bajo prestación de servicios profesionales) para uso de los servicios profesionales contratados, esta área se encuentra en la parte posterior del área de producción, acabados y bodega, quiere decir que estará ubicada en la parte visible del patio de descanso y del local donde se mostrarán las prendas elaboradas.

#### ○ **Área de producción**

Está dividida en cinco secciones los cuales son: el área de corte (un operario), confección (un operario), bordados, acabados y bodega (dos operarios) dando un total de setenta y cuatro metros cuadrados, esto permite el desenvolvimiento eficiente de los trabajadores en un espacio que brinde comodidad.

**Corte:** El tamaño del área será de treinta metros cuadrados, aquí se encuentran las materias primas adquiridas y el equipo de corte, esta área es el más importante ya que será el personal encargado de la distribución adecuada de las materias primas a las demás áreas.

**Confección:** estarán ubicadas las maquinarias necesarias para la elaboración de las prendas de vestir.

**Bordado:** es el área más importante ya que las mujeres necesitan un espacio cómodo para los bordados a mano.

**Acabado:** el encargado de esta área dará un control adecuado del terminado de los productos observando la calidad de las prendas.

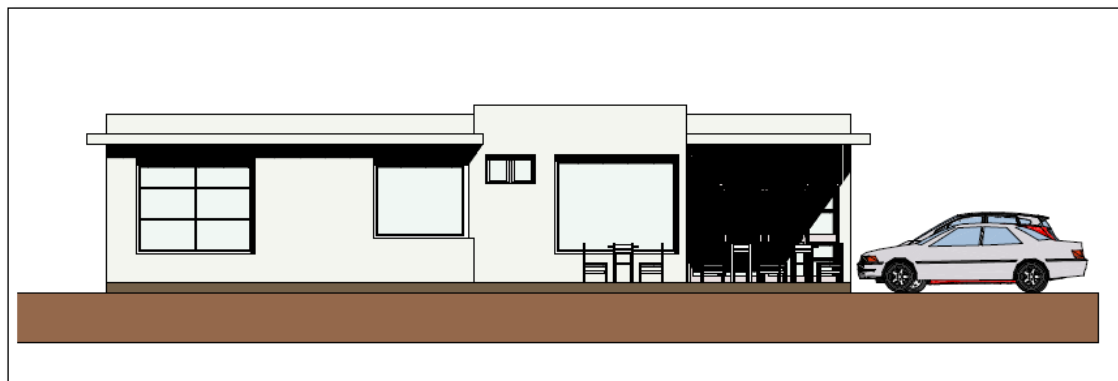
**Bodega:** se realizará la ubicación de las prendas en su debido orden, empezando desde la talla S hasta la talla XL.



○ **Área de comercialización**

Está compuesta de quince metros cuadrados, estará ubicado en la parte posterior de la planta, o sea será un pequeño local junto a la gerencia y al patio donde se mostrarán productos terminados a los turistas que prefieran visitar la fábrica (un vendedor)

**Gráfico N° 42 Alzado oeste del plano**



**Elaborado por:** Arq. Johan Lema y Dibujante. Wilson Yacelga  
**Año:** 2016

#### 4.4. Presupuesto técnico

##### 4.4.1. Inversiones (Activo no corriente)

○ **Terreno**

**Tabla N° 66 Terreno**

Descripción	Tamaño m2	Valor Unitario	Valor total
Terreno San Juan Alto	160	22,00	3.520,00
<b>Total</b>		<b>22,00</b>	<b>3.520,00</b>

**Fuente:** Arquitecto Julio Saransig  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Planta**

**Tabla N° 67 Planta**

Descripción	Tamaño m2	Valor Unitario	Valor total
Edificio	125	210,00	26.250,00
<b>Total</b>		<b>210,00</b>	<b>26.250,00</b>

**Fuente:** Arq. Jhoan Lema y Dibujante Wilson Yacelga  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Maquinaria y equipo de producción**

Para llevar a cabo el proceso de producción de las prendas de vestir en la microempresa Cabutex, es necesario utilizar las siguientes maquinarias y equipos con el fin de llevar a cabo una producción eficiente. (Ver anexo N° 9, p. 268)

**Tabla N° 68 Maquinarias y equipos**

Producto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Máquina overlock	GEMSY GEM757F	1	660,00	660,00
Máquina recubridora	GEMSY GEM500B-02	1	1.090,00	1.090,00
Máquina recta	GEMSY GEM8900 / GEM8500	1	440,00	440,00
Cortadora vertical	GEMSY	1	160,00	160,00
Plancha	HOMETECH	1	10,06	10,06
<b>Total</b>			<b>2.350,00</b>	<b>2.350,00</b>

**Fuente:** MAINCO  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Muebles y enseres**

Para el buen funcionamiento y orden de la producción de la microempresa es necesario los siguientes mobiliarios. (Ver anexo N° 13, p. 274)

**Tabla N° 69 Muebles y enseres**

<b>Producto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Escritorio	Tipo gerencial	2	300,00	600,00
Silla giratoria	Tipo gerencial	1	60,00	60,00
Silla cliente	3 asientos juntos	6	80,00	480,00
Archivador	3 cajones	2	180,00	360,00
Silla normal	1 asiento	2	50,00	100,00
Mesa planchadora	1 metro ancho x 1 metros largo	1	150,00	150,00
Mesa de corte	3 metro ancho x 2 metros largo	1	150,00	150,00
Mesa doblado	4 metro ancho x 2 metros largo	1	150,00	150,00
Percha	Madera ( E. y S. MPD)	2	300,00	600,00
Percha	Madera (Prod. Term.)	1	300,00	300,00
Estanterías	2 divisiones	1	140,00	140,00
Vitrina	2 divisiones	3	300,00	900,00
<b>Total</b>			<b>2.160,00</b>	<b>3.990,00</b>

**Fuente:** Mueblería Terán Ayala  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Equipos de computación**

Para llevar una correcta contabilización de todas las transacciones realizadas en la microempresa es muy importante tener estos equipos. **(Ver anexo N° 12, pp. 272-273)**

**Tabla N° 70 Equipo de computación**

<b>Producto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Computadora de mesa	Case ATX Super Power	1	700,00	700,00
Laptop	Portatil HP 15	1	815,36	815,36
Impresora	Epson L-210	1	350,00	350,00
<b>Total</b>			<b>1.865,36</b>	<b>1.865,36</b>

**Fuente:** SINFOR  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Es importante usar estos implementos para el área de oficina, producción y ventas (**Ver anexo N° 10, 11 y 15, ppp. 269-270-276**)

○ **Equipo de oficina**

*Tabla N° 71 Equipo de oficina*

<b>Producto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Calculadora sumadora	Casio	1	12,45	12,45
Teléfono	SPC TELECONM 3607 - NEGRO MANOS LIBRES	3	17,79	53,37
<b>Total</b>			<b>30,24</b>	<b>65,82</b>

**Fuente:** Papelería Sánchez  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Equipo de seguridad industrial**

*Tabla N° 72 Equipo de seguridad industrial*

<b>Producto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Extintor	5 libras PQS	3	17,00	51,00
Señaléticas	Pequeño	2	3,00	6,00
Detector de humo	SMOKE ALARM	1	13,00	13,00
<b>Total</b>			<b>33,00</b>	<b>70,00</b>

**Fuente:** Servielectric  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Equipo de ventas**

*Tabla N° 73 Equipo de ventas*

<b>Producto</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Paquetes de armadores	AlamnreX 10	3	1,99	5,97
Maniquies	Ariel POS. A	4	70,00	280,00
<b>Total</b>			<b>71,99</b>	<b>285,97</b>

**Fuente:** Maniquies Ecuador  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### ○ **Resumen de inversión fija**

Se podrá observar la descripción detallada de todos los materiales fijos que son necesarios para la instalación y creación de la microempresa el cual ayudará de manera eficiente iniciar los procesos de producción de las prendas de vestir.

**Tabla N° 74 Resumen de inversión fija**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Terreno	3.520,00
Planta	26.250,00
Maquinarias y equipos de producción	2.350,00
Muebles y enseres	3.990,00
Equipo de oficina	65,82
Equipo de seguridad industrial	70,00
Equipo de ventas	285,97
Equipo de cómputo	1.865,36
<b>Total</b>	<b>38.397,15</b>

**Fuente:** Tablas N° 66,67,68,69,70,71,72,73  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### **4.4.2. Capital de trabajo**

Por capital de trabajo entenderemos que son recursos diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno, dicho recursos están representados en el estado de situación financiera como: efectivo y sus equivalentes. En la práctica, para que comience a operar el proyecto lo esencial, en cuanto al capital de trabajo se refiere al efectivo y los inventarios de las materias primas.

La microempresa necesitará cubrir los tres primeros meses ya que luego de estos meses Cabutex ya generará ingresos por sí sola, ósea es el dinero que necesito hasta que tenga dinero mi propia microempresa, para ello es necesario conocer la cantidad de materiales que ingresan en cada prenda, ya que de ello parte las operaciones productivas para cumplir las actividades futuras de la microempresa como tener los materiales directos e indirectos indispensables para la producción, en este caso tenemos la cantidad de materia prima directa e indirecta que se

necesitarán para producir en un periodo de tiempo, de la misma manera el dinero necesario para producir mensualmente, trimestralmente y anualmente.

A continuación se presenta el resumen del costo trimestral de capital de trabajo y los cálculos correspondientes de cada uno de los rubros presentados con detalles que se observarán después del cuadro de capital de trabajo.

○ **Resumen de capital de trabajo**

**Tabla N° 75 Resumen capital de trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Materia prima directa (MPD)	3.396,95
Materia prima indirecta (MPI)	304,80
Mano de obra directa (MOD)	5.657,63
Costos indirectos de fabricación (CIF)	328,09
Gastos administrativos	2.050,10
Gastos de ventas	2.884,41
Gastos financieros	961,60
Gastos de constitución	200,00
<b>Total</b>	<b>15.783,57</b>

**Fuente:** Tablas N° 82,93,96,99,102,104  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Materia prima directa**

Se desglosa la cantidad de materiales y el costo de cada materia prima que interviene en la producción de las prendas de vestir para finalmente calcular el capital de trabajo para tres meses mostrado en el cuadro anterior. En los siguientes cuadros se desglosa la cantidad de centímetros y metros de materia prima que intervienen para la producción de una blusa o camisa dependiendo las tallas, hay que tomar en cuenta que el cálculo para las demás materias primas es el mismo. **(Ver anexo N ° 6, p. 265)**

## Tela lienzo

Para producir una prenda dependiendo al producto es necesario utilizar la cantidad exacta de tela, a continuación muestra el número total de unidades a producir (**Ver tabla N° 58, p.150**), entonces; se realiza el cálculo correspondiente para saber el total de centímetros a utilizarse en cierta cantidad, para luego multiplicar con el costo unitario y finalmente conocer el costo total y el costo por cada unidad.

**Tabla N° 76 Costo unitario tela lienzo**

Tallas	Número unidades	U/Medida	Total centímetros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>					
Blusas	803	64 Centímetros	51.421	0,02712	1.394,72	1,74
Camisas	959	72 Centímetros	69.054	0,02712	1.872,95	1,95
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>					
Blusas	739	68 Centímetros	50.265	0,02712	1.363,33	1,84
Camisas	882	75 Centímetros	66.176	0,02712	1.794,91	2,03
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>					
Blusas	803	71 Centímetros	57.046	0,02712	1.547,26	1,93
Camisas	959	78 centímetros	74.808	0,02712	2.029,03	2,12
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>					
Blusas	707	74 centímetros	52.321	0,02712	1.419,12	2,01
Camisas	844	81 centímetros	68.363	0,02712	1.854,22	2,20
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>489.454</b>		<b>13.275,56</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Fibra de cabuya

La fibra de cabuya es la parte medular del producto, ya que con esta materia prima se procede a realizar los bordados en las prendas, es muy importante tomar en cuenta que la fibra interviene en mayor cantidad en las blusas ya que los diseños de los bordados son más grandes que el de las camisas. .

**Tabla N° 77 Costo unitario de fibra de cabuya**

<b>Tallas</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>U/Medida</b>	<b>Total metros</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo Prenda</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	17 Metros	13.659	0,00080	10,91	0,014
Camisa	959	14 Metros	13.427	0,00080	10,72	0,011
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>					
Blusa	739	18 Metros	13.305	0,00080	10,63	0,014
Camisa	882	15 Metros	13.235	0,00080	10,57	0,012
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	19 metros	15.266	0,00080	12,19	0,015
Camisa	959	16 metros	15.345	0,00080	12,25	0,013
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>					
Blusa	707	20 metros	14.141	0,00080	11,29	0,016
Camisa	844	17 metros	14.348	0,00080	11,46	0,014
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		112.726		90,02	

**Fuente:** Producciones López

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016



## Hilo poliéster

Se requiere de una cierta cantidad de este hilo para las máquinas overlook, en la talla S se utiliza veinte metros para cada tipo de prenda y sucesivamente va aumentando para las demás tallas.

**Tabla N° 78 Costo unitario de hilo poliéster**

<b>Tallas</b>	<b>Número unidades</b>	<b>U/Medida</b>	<b>Total metros</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo Prenda</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	20 metros	35.251	0,00026	9,01	
Blusa	803		16.069	0,00026	4,11	0,0051
Camisa	959		19.182	0,00026	4,90	0,0051
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	23 metros	37.295	0,00026	9,53	
Blusa	739		17.001	0,00026	4,34	0,0059
Camisa	882		20.294	0,00026	5,19	0,0059
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	26 metros	45.826	0,00026	11,71	
Blusa	803		20.890	0,00026	5,34	0,0066
Camisa	959		24.936	0,00026	6,37	0,0066
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	29 metros	44.980	0,00026	11,49	
Blusa	707		20.504	0,00026	5,24	0,0074
Camisa	844		24.476	0,00026	6,25	0,0074
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>163.352</b>		<b>41,74</b>	

**Fuente:** Producciones López  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Hilo chino

Se requiere de una cierta cantidad de este hilo para las máquinas recta, realizando el mismo cálculo del cuadro anterior. Para elaborar una determinada cantidad de prendas de vestir se requiere el total de metros o la cantidad de hilos que se necesitará para confeccionar la prenda, después; el total de metros que se utilizará en la producción se multiplicará por el costo unitario de cada metro para finalmente tener el costo por prenda.

**Tabla N° 79 Costo unitario hilo chino**

Tallas	Número unidades	U/Medida	Total metros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	28 metros	49.351	0,00026	12,95	
Blusa	803		22.497	0,00026	5,90	0,0073
Camisa	959		26.854	0,00026	7,05	0,0073
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	30 metros	48.646	0,00026	12,76	
Blusa	739		22.176	0,00026	5,82	0,0079
Camisa	882		26.471	0,00026	6,95	0,0079
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	32 metros	56.401	0,00026	14,80	
Blusa	803		25.711	0,00026	6,75	0,0084
Camisa	959		30.690	0,00026	8,05	0,0084
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	34 metros	52.735	0,00026	13,84	
Blusa	707		24.040	0,00026	6,31	0,0089
Camisa	844		28.696	0,00026	7,53	0,0089
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		207.133		54,35	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Hilo para bordar

Se aplica el mismo caso del hilo de fibra de cabuya para este rubro, ya que para el bordado a mano requiere de diferentes colores de hilos para una mejor combinación de colores de acuerdo a los gustos y preferencia del consumidor.

**Tabla N° 80 Costo unitario hilo para bordar**

<b>Tallas</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>U/Medida</b>	<b>Total metros</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo Prenda</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	16 Metros	12.855	0,00114	14,67	0,0183
Camisa	959	13 Metros	12.468	0,00114	14,23	0,0148
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>					
Blusa	739	18 Metros	13.305	0,00114	15,19	0,0205
Camisa	882	14 Metros	12.353	0,00114	14,10	0,0160
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	20 metros	16.069	0,00114	18,34	0,0228
Camisa	959	15 metros	14.386	0,00114	16,42	0,0171
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>					
Blusa	707	22 metros	15.555	0,00114	17,75	0,0251
Camisa	844	16 metros	13.504	0,00114	15,41	0,0183
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>110.496</b>		<b>126,12</b>	

**Fuente:** Producciones López  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Resumen de los costos de la materia prima directa unitario

Se conoce el costo unitario total de materia prima directa que se utiliza para elaborar cada prenda dependiendo a las tallas.

**Tabla N° 81 Resumen de los costos de la materia prima unitario**

Tallas	Tela	Fibra de cabuya	Hilo poliéster	Hilo chino	Hilo para bordar	Total
<b>Talla S</b>						
Blusa	1,74	0,0136	0,0051	0,0073	0,0183	1,78
Camisa	1,95	0,0112	0,0051	0,0073	0,0148	1,99
<b>Talla M</b>						
Blusa	1,84	0,0144	0,0059	0,0079	0,0205	1,89
Camisa	2,03	0,0120	0,0059	0,0079	0,0160	2,08
<b>Talla L</b>						
Blusa	1,93	0,0152	0,0066	0,0084	0,0228	1,98
Camisa	2,12	0,0128	0,0066	0,0084	0,0171	2,16
<b>Talla XL</b>						
Blusa	2,01	0,0160	0,0074	0,0089	0,0251	2,06
Camisa	2,20	0,0136	0,0074	0,0089	0,0183	2,25

**Fuente:** Tablas N° 76,77,78,79,80  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Finalmente se determina la cantidad de materia prima directa que interviene para la producción, en este caso el total de cada materia prima de los cuadros anteriores se divide para doce y se tiene la cantidad de centímetros a utilizarse (por ejemplo según la tabla N° 76 de la tela lienzo se divide  $489.454/12$  y se tiene la cantidad de 40.788 centímetros) de la misma manera se aplica el mismo paso para los demás rubros para finalmente saber el capital de trabajo ya sea en periodo mensual, trimestral y anual que sirve para armar el cuadro de resumen.

**Tabla N° 82 Total materia prima directa**

Detalle	Cantidad	U/ Medida	Costo unitario	Costo mensual	Costo Trimestral	Costo anual
Tela hindú	40.788	Centímetros	0,027123	1.106,30	3.318,89	13.275,56
Fibra de cabuya	9.394	Metros	0,000799	7,50	22,51	90,02
Hilo poliéster	13.613	Metros	0,000256	3,48	10,44	41,74
Hilo chino	17.261	Metros	0,000262	4,53	13,59	54,35
Hilo para bordar	9.208	Metros	0,001141	10,51	31,53	126,12
<b>Total Materia Prima</b>				<b>1.132,32</b>	<b>3.396,95</b>	<b>13.587,79</b>

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

### ○ **Materia prima indirecta**

Se desglosa la cantidad de materiales y el costo de cada materia prima indirecta que interviene en la producción de las prendas de vestir para finalmente calcular el capital de trabajo para tres meses. En los siguientes cuadros se desglosa la cantidad de unidades y metros que interviene para la producción de una blusa o camisa dependiendo las tallas.

### **Botones de tagua**

**Tabla N° 83 Costo unitario de botones de tagua**

Tallas	Unidades	U/Medida	Total unidades	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.525</b>	<b>0,00939</b>	<b>33,10</b>	
Blusas	803		1.607	0,00939	15,09	0,0188
Camisas	959		1.918	0,00939	18,01	0,0188
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.243</b>	<b>0,00939</b>	<b>30,45</b>	
Blusas	739		1.478	0,00939	13,88	0,0188
Camisas	882		1.765	0,00939	16,57	0,0188
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.525</b>	<b>0,00939</b>	<b>33,10</b>	
Blusas	803		1.607	0,00939	15,09	0,0188
Camisas	959		1.918	0,00939	18,01	0,0188
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.102</b>	<b>0,00939</b>	<b>29,12</b>	
Blusas	707		1.414	0,00939	13,28	0,0188
Camisas	844		1.688	0,00939	15,85	0,0188
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>13.395</b>		<b>125,77</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

**Tabla N° 84 Costo unitario botones de plástico**

<b>Tallas</b>	<b>Unidades</b>	<b>U/Medida</b>	<b>Total unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo Prenda</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>4 Unidades</b>	<b>7.050</b>	<b>0,00428</b>	<b>30,15</b>	
Blusa	803		3.214	0,00428	13,75	0,0171
Camisa	959		3.836	0,00428	16,41	0,0171
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>4 Unidades</b>	<b>6.486</b>	<b>0,00428</b>	<b>27,74</b>	
Blusa	739		2.957	0,00428	12,65	0,0171
Camisa	882		3.529	0,00428	15,10	0,0171
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>5 Unidades</b>	<b>8.813</b>	<b>0,00428</b>	<b>37,69</b>	
Blusa	803		4.017	0,00428	17,18	0,0214
Camisa	959		4.795	0,00428	20,51	0,0214
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>5 Unidades</b>	<b>7.755</b>	<b>0,00428</b>	<b>33,17</b>	
Blusa	707		3.535	0,00428	15,12	0,0214
Camisa	844		4.220	0,00428	18,05	0,0214
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>30.104</b>		<b>128,76</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Terminales

**Tabla N° 85 Costo unitario terminales**

<b>Tallas</b>	<b>Unidades</b>	<b>U/Medida</b>	<b>Total unidades</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Costo Prenda</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.525</b>	<b>0,00730</b>	<b>25,74</b>	
Blusa	803		1.607	0,00730	11,73	0,01460
Camisa	959		1.918	0,00730	14,01	0,01460
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.243</b>	<b>0,00730</b>	<b>23,68</b>	
Blusa	739		1.478	0,00730	10,80	0,01460
Camisa	882		1.765	0,00730	12,89	0,01460
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.525</b>	<b>0,00730</b>	<b>25,74</b>	
Blusa	803		1.607	0,00730	11,73	0,01460
Camisa	959		1.918	0,00730	14,01	0,01460
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>2 Unidades</b>	<b>3.102</b>	<b>0,00730</b>	<b>22,65</b>	
Blusa	707		1.414	0,00730	10,33	0,01460
Camisa	844		1.688	0,00730	12,33	0,01460
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>13.395</b>		<b>97,82</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Encajes

Se calcula el costo unitario solo para las blusas debido a que las camisas son para hombres y no van encajes.

**Tabla N° 86 Costo unitario encajes**

Tallas	Unidades	U/Medida	Total metros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	1 Metro	803	0,02295	18,44	0,0229504
Camisa	959					
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>					
Blusa	739	1 Metro	739	0,02295	16,96	0,0229504
Camisa	882					
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	1 Metro	803	0,02295	18,44	0,0229504
Camisa	959					
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>					
Blusa	707	1 Metro	707	0,02295	16,23	0,0229504
Camisa	844					
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>3.053</b>		<b>70,07</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Cordón

**Tabla N° 87 Costo unitario cordón**

Tallas	Unidades	U/Medida	Total centímetros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Metro</b>	<b>1.763</b>	<b>0,00046</b>	<b>0,80</b>	
Blusa	803		803	0,00046	0,37	0,00046
Camisa	959		959	0,00046	0,44	0,00046
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>1 Metro</b>	<b>1.622</b>	<b>0,00046</b>	<b>0,74</b>	
Blusa	739		739	0,00046	0,34	0,00046
Camisa	882		882	0,00046	0,40	0,00046
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Metro</b>	<b>1.763</b>	<b>0,00046</b>	<b>0,80</b>	
Blusa	803		803	0,00046	0,37	0,00046
Camisa	959		959	0,00046	0,44	0,00046
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>1 Metro</b>	<b>1.551</b>	<b>0,00046</b>	<b>0,71</b>	
Blusa	707		707	0,00046	0,32	0,00046
Camisa	844		844	0,00046	0,39	0,00046
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>6.698</b>		<b>3,06</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

**Tabla N° 88 Costo unitario elástico**

Tallas	Unidades	U/Medida	Total metros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	1 Metro	803	0,0000043	0,00348	0,0000043
Camisa	959					
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>					
Blusa	739	1 Metro	739	0,0000043	0,00320	0,0000043
Camisa	882					
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>					
Blusa	803	1 Metro	803	0,0000043	0,00348	0,0000043
Camisa	959					
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>					
Blusa	707	1 Metro	707	0,0000043	0,00307	0,0000043
Camisa	844					
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>3.053</b>		<b>0,01324</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Etiquetas

**Tabla N° 89 Costo unitario etiquetas**

Tallas	Unidades	U/Medida	Total unidad	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,05216</b>	<b>91,93</b>	
Blusa	803		803	0,05216	41,91	0,05
Camisa	959		959	0,05216	50,03	0,05
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.622</b>	<b>0,05216</b>	<b>84,58</b>	
Blusa	739		739	0,05216	38,56	0,05
Camisa	882		882	0,05216	46,02	0,05
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,05216</b>	<b>91,93</b>	
Blusa	803		803	0,05216	41,91	0,05
Camisa	959		959	0,05216	50,03	0,05
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.551</b>	<b>0,05216</b>	<b>80,90</b>	
Blusa	707		707	0,05216	36,88	0,05
Camisa	844		844	0,05216	44,02	0,05
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>6.698</b>		<b>349,35</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016



## Tallas

*Tabla N° 90 Costo unitario tallas*

Tallas	Unidades	U/Medida	Total centímetros	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,00376</b>	<b>6,62</b>	
Blusa	803		803	0,00376	3,02	0,0038
Camisa	959		959	0,00376	3,60	0,0038
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.622</b>	<b>0,00376</b>	<b>6,09</b>	
Blusa	739		739	0,00376	2,78	0,0038
Camisa	882		882	0,00376	3,31	0,0038
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,00376</b>	<b>6,62</b>	
Blusa	803		803	0,00376	3,02	0,0038
Camisa	959		959	0,00376	3,60	0,0038
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.551</b>	<b>0,00376</b>	<b>5,82</b>	
Blusa	707		707	0,00376	2,66	0,0038
Camisa	844		844	0,00376	3,17	0,0038
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>6.698</b>		<b>25,15</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Fundas

*Tabla N° 91 Costo unitario fundas*

Tallas	Unidades	U/Medida	Total unidad	Costo Unitario	Costo total	Costo Prenda
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,06259</b>	<b>110,32</b>	
Blusa	803		803	0,06259	50,29	0,06
Camisa	959		959	0,06259	60,03	0,06
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.622</b>	<b>0,06259</b>	<b>101,50</b>	
Blusa	739		739	0,06259	46,27	0,06
Camisa	882		882	0,06259	55,23	0,06
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.763</b>	<b>0,06259</b>	<b>110,32</b>	
Blusa	803		803	0,06259	50,29	0,06
Camisa	959		959	0,06259	60,03	0,06
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>1 Unidad</b>	<b>1.551</b>	<b>0,06259</b>	<b>97,08</b>	
Blusa	707		707	0,06259	44,26	0,06
Camisa	844		844	0,06259	52,83	0,06
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>6.698</b>		<b>419,22</b>	

Fuente: Producciones López  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Resumen de materia prima indirecta

Se conoce el costo unitario total de materia prima indirecta que se utiliza para elaborar cada prenda dependiendo a las tallas.

**Tabla N° 92 Resumen de la materia prima indirecta unitario**

Tallas	Botones de tagua	Botones de plástico	Terminales	Encajes	Cordón	Elástico	Etiquetas	Tallas	Fundas	Total
<b>Talla S</b>										
Blusa	0,0188	0,0171	0,0146	0,0230	0,0005	0,000004	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,19</b>
Camisa	0,0188	0,0171	0,0146	0,0000	0,0005	0,000000	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,17</b>
<b>Talla M</b>										
Blusa	0,0188	0,0171	0,0146	0,0230	0,0005	0,000004	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,19</b>
Camisa	0,0188	0,0171	0,0146	0,0000	0,0005	0,000000	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,17</b>
<b>Talla L</b>										
Blusa	0,0188	0,0214	0,0146	0,0230	0,0005	0,000004	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,20</b>
Camisa	0,0188	0,0214	0,0146	0,0000	0,0005	0,000000	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,17</b>
<b>Talla XL</b>										
Blusa	0,0188	0,0214	0,0146	0,0230	0,0005	0,000004	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,20</b>
Camisa	0,0188	0,0214	0,0146	0,0000	0,0005	0,000000	0,0522	0,0038	0,0626	<b>0,17</b>

**Fuente:** Tablas N ° 83,84,85,86,87,88,89,90,91  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Finalmente se determina la cantidad de materia prima indirecta que intervienen para la producción mensual, trimestral y anual que sirve para armar el cuadro resumen de capital de trabajo.

**Tabla N° 93 Total de Materia prima indirecta**

Detalle	Cantidad	U/ Medida	Costo unitario	Costo mensual	Costo Trimestral	Costo anual
Botones de tagua	1.116	Unidades	0,009389	10,48	31,44	125,77
Botones de plástico	2.509	Unidades	0,004277	10,73	32,19	128,76
Terminales	1.116	Unidades	0,007302	8,15	24,45	97,82
Encaje	254	Metros	0,022950	5,84	17,52	70,07
Cordón	558	Metros	0,000456	0,25	0,76	3,06
Elástico	254	Metros	0,000004	0,001	0,00	0,01
Etiquetas	558	Unidades	0,052160	29,11	87,34	349,35
Tallas	558	Unidades	0,003756	2,10	6,29	25,15
Fundas	558	Unidades	0,062592	34,93	104,80	419,22
<b>Total Materia prima indirecta</b>				<b>101,60</b>	<b>304,80</b>	<b>1.219,20</b>

**Fuente:** Producciones López  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Mano de obra directa**

Para conocer el precio unitario de cada producto es necesario también conocer el tiempo de elaboración de cada prenda para luego multiplicar con el precio de cada minuto y tener el precio unitario de la mano de obra directa intervenida en la producción. El porcentaje promedio es de acuerdo al crecimiento de los sueldos básicos (**Ver tabla N° 115, p. 208**) para tener un precio unitario actualizado.

**Tabla N° 94 Salario mensual**

<b>Detalle</b>	<b>Sueldo</b>
Salario mensual	366,00
Semanal	91,50
Diario	18,30
Hora	2,29
Minuto	0,03813

**Fuente:** Producciones López  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 95 Mano de obra directa unitario**

<b>Tallas</b>	<b>Tiempo duración (minutos)</b>	<b>Precio minuto</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje Promedio</b>	<b>Costo unitario</b>
<b>Talla S</b>					
Blusas	47	0,03813	1,79188	5,83%	1,90
Camisas	42	0,03813	1,60125	5,83%	1,69
<b>Talla M</b>					
Blusas	48	0,03813	1,83000	5,83%	1,94
Camisas	43	0,03813	1,63938	5,83%	1,65
<b>Talla L</b>					
Blusas	49	0,03813	1,86813	5,83%	1,98
Camisas	44	0,03813	1,67750	5,83%	1,73
<b>Talla XL</b>					
Blusas	50	0,03813	1,90625	5,83%	2,02
Camisas	45	0,03813	1,71563	5,83%	1,78

**Fuente:** Producciones López  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Según el Instituto Ecuatoriano de seguridad social menciona que el empleador tiene derecho a pagar los fondos de reserva al trabajador a partir del treceavo mes, de igual manera el pago de las vacaciones se realiza luego de haber cumplido un año de trabajo y gozando quince días libres. El aporte patronal es del 12,15% de la remuneración mensual del trabajador, el 11,15% corresponde el aporte al IESS y el 1% corresponde al 0,5% para el IECE y 0,5% para el SECAP

**Tabla N° 96 Mano de obra directa**

Detalle	Sueldo	Aporte patronal 12,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Subtotal	Num. trab.	Total mensual	Total trimestral	Total anual
Cortador	366,00	44,47	30,50	30,50	471,47	1	471,47	1.414,41	5.657,63
Cosedor	366,00	44,47	30,50	30,50	471,47	1	471,47	1.414,41	5.657,63
Bordador	366,00	44,47	30,50	30,50	471,47	2	942,94	2.828,81	11.315,26
<b>Total</b>	<b>1.098,00</b>	<b>133,41</b>	<b>91,50</b>	<b>91,50</b>	<b>1.414,41</b>	<b>4</b>	<b>1.885,88</b>	<b>5.657,63</b>	<b>22.630,51</b>

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

#### ○ Costos indirectos de fabricación

El costo indirecto de fabricación unitario es de 0,47 centavos para cada prenda, el cual se obtuvo dividiendo el CIF anual para el número de unidades a producir en el año (por ejemplo según la tabla N° 99 el costo indirecto de fabricación anual es de 1312,34 centavos a este valor se suman las depreciaciones que incurren solo en los CIF y se tiene 2975,85 para finalmente multiplicar y sumar la tasa de inflación teniendo 3140,40 y esto dividido para 6698 unidades.

Los dos primeros cuadros son datos de referencia para determinar los costos indirectos de fabricación que se mostrará en el último cuadro para el capital de trabajo.

## Suministro de producción

**Tabla N° 97 Suministro de producción**

Producto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Caja de tizas	Sastre	1	3,5	3,50
Pliegos de cartulina	Pliego	10	2,1	21,00
Reglas	Sastre	1	1,2	1,20
Tijera grande	Truper	1	18	18,00
Mascarillas	Uso personal	5	0,1	0,50
Tijera pequeña	STAINLESS STEEL	6	0,4	2,40
Caja de agujas de mano	Agujas	1	0,3	0,30
Cinta métrica	Metro	2	0,6	1,20
Agujas de máquina recta	Caja	1	2,5	2,50
Agujas de máquina overlock	Caja	1	3,5	3,50
Aceite	1 Litro	1	5	5,00
Tallas	50 metros	1	4,5	4,50
Tambor	Mediano	4	2	8,00
<b>Total anual</b>			<b>28,7</b>	<b>74,69</b>
<b>Total mensual</b>				<b>6,22</b>

Fuente: SERVIMAQ  
Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

## Suministro de limpieza

**Tabla N° 98 Suministro de limpieza**

Producto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Franela	X6	4	1,59	6,36
Franklin	Fabuloso KLIM	2	1,59	3,18
Escobas	Escoba	2	1,99	3,98
Trapeador	Microfibra	2	3,99	7,98
Cloro	Mayik	4	0,99	3,96
Pala recogedora	Pala recogedora	2	0,99	1,98
Jabón líquido	Isabela	2	1,99	3,98
Detergente	Deja 1 KG Limón	2	2,99	5,98
Toallas	Lirio 140 X 70 CM 320 GR	2	7,99	15,98
Papel higiénico	Elite X 12	3	6,99	20,97
Cesto de basura	Cesto	5	1,99	9,95
Paquete de funda de basura	Funda	2	0,59	1,18
Ambiental	Ambientol Pastilla	5	0,99	4,95
<b>Total anual</b>			<b>34,67</b>	<b>94,34</b>
<b>Total mensual</b>				<b>7,86</b>

Fuente: TÍA  
Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**Tabla N° 99 Total de costos indirectos de fabricación**

<b>Detalle</b>	<b>Mensual</b>	<b>Trimestral</b>	<b>Anual</b>
Energía eléctrica	43,18	129,54	518,15
Teléfono	26,99	80,96	323,85
Internet	22,95	68,85	275,40
Agua	2,16	6,48	25,91
Suministro de producción	6,22	18,67	74,69
Suministro de limpieza	7,86	23,58	94,34
<b>Total</b>	<b>109,36</b>	<b>328,09</b>	<b>1312,34</b>

**Fuente:** Producciones López y cuadros N° 97 y 98  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### ○ Gastos administrativos

Los dos primeros cuadros muestran del desglose del total de los gastos administrativos mostrado en el último cuadro.

## Remuneración

**Tabla N° 100 Remuneración gerente**

<b>Detalle</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Sub total</b>	<b>Núm. Trab.</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Total trimestral</b>	<b>Sueldo anual</b>
Gerente	500,00	60,75	41,67	31,92	634,33	1	634,33	1.903,00	7.612,00
<b>Total</b>	<b>500,00</b>	<b>60,75</b>	<b>41,67</b>	<b>31,92</b>	<b>634,33</b>	<b>1</b>	<b>634,33</b>	<b>1.903,00</b>	<b>7.612,00</b>

**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## Suministro de oficina

**Tabla N° 101 Suministro de oficina**

Producto	Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Resma de papel bond	Repropal	2	4,37	8,74
Esferos	BIC	15	0,39	5,88
Tinta de Impresora	Premium INK	4	13,44	53,76
Carpetas archivadoras	Real Practic	10	3,49	34,94
Caja de clips	Lancer	2	0,25	0,49
Grapadora	Maped mini	2	4,75	9,50
Perforadora	Trio 962SC	2	4,75	9,50
Caja de grapas	N° 26/5000 LANCER	1	1,00	1,00
Sello	Shiny Printer S – 842	1	13,25	13,25
Flash memory	HP - 8GB	2	8,96	17,92
Lápiz	STAEDTLER	16	0,25	3,94
Borrador	Pelikan	4	0,25	0,99
Sacapuntas	Metálico	4	0,19	0,76
Corrector	BIC	4	2,07	8,29
Cinta de embalaje	CAFÉ SHURTAPE	1	1,85	1,85
Cuaderno	ACAD 100C ANDALUZ	1	1,49	1,49
<b>Total anual</b>			<b>60,74</b>	<b>108,40</b>
<b>Total mensual</b>				<b>9,03</b>

Fuente: Papelería Sánchez  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

## Total de gastos administrativos

**Tabla N° 102 Total de gastos administrativos**

Detalle	Mensual	Trimestral	Anual
Sueldo gerente	634,33	1903,00	7612,00
Servicios profesionales	40,00	120,00	480,00
Suministros de oficina	9,03	27,10	108,40
<b>Total</b>	<b>683,37</b>	<b>2050,10</b>	<b>8200,40</b>

Fuente: Investigación de campo y tablas N° 100 y 101  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

○ **Gasto de ventas**

El primer cuadro muestra el desglose del total de los gastos en ventas mostrado en el último cuadro.

**Remuneración personal de ventas**

**Tabla N° 103 Remuneración personal de ventas**

Detalle	Sueldo	Aporte patronal 12,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Sub total	Núm .trab	Total mensual	Total trimestre	Total anual
Vendedor	366,00	44,47	30,50	30,50	471,47	1	471,47	1.414,41	5.657,63
<b>Total</b>	<b>366,00</b>	<b>44,47</b>	<b>30,50</b>	<b>30,50</b>	<b>471,47</b>	<b>1</b>	<b>471,47</b>	<b>1.414,41</b>	<b>5.657,63</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**Resumen gasto de ventas**

**Tabla N° 104 Resumen de gasto de ventas**

Detalle	Mensual	Trimestral	Anual
Sueldo vendedor	471,47	1.414,41	5.657,63
Publicidad	40,00	120,00	480,00
Arriendo local	450,00	1.350,00	5.400,00
<b>Total</b>	<b>961,47</b>	<b>2.884,41</b>	<b>11.537,63</b>

Fuente: Investigación de campo y tabla N° 103  
Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**4.4.3. Inversión total**

**Tabla N° 105 Inversión total**

Descripción	Valor
Inversión fija	38.397,15
Capital de trabajo	15.783,57
<b>Total</b>	<b>54.180,72</b>

Fuente: Tabla N° 74 y 75  
Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016



#### 4.4.4. Financiamiento

Después de haber realizado un sondeo general de las posibles entidades financieras (**Tabla N° 107, p. 191**), se procedió a escoger la mejor opción que es: La Corporación financiera nacional porque brinda créditos para proyectos nuevos con montos, plazos y tasas aceptables que cubrirían en cierto porcentaje el proyecto.

En este caso el porcentaje financiado por la CFN es de 68,76%, o sea quiere decir que es el crédito que se obtendrá en esta entidad financiera para poner en marcha la microempresa, mientras que el 31,24% será mediante aporte propio.

**Tabla N° 106 Financiamiento**

<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Propio	31,24%	16.927,34
Financiado	68,76%	37.253,38
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>54.180,72</b>

**Fuente:** CFN  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 107 Entidades Financieras**

<b>Entidades Financieras</b>	<b>Ban Ecuador</b>	<b>Corporación Financiera Nacional</b>	<b>Cooperativa de Ahorro y Crédito Artesanos</b>
Requisitos	Copia a color de cédula y papeleta de votación del deudor y garante con sus conyugues. Carta de impuesto predial. Planilla de pago de luz, agua o teléfono deudor y garante RUC o RISE (deudor) y certificado de ingresos o rol de pagos (Garante). Certificado del registro de la propiedad del bien a hipotecar o lugar de inversión del solicitante. Escritura o avalúo. Por formas de los bienes a adquirirse con el préstamo. Contrato de obra de construcción o instalaciones.	Plan de negocios - Proyectos nuevos cubre (70% CFN y 30% Cliente). Declaración de impuesto a la renta. Carta de pago de los impuestos. Permisos de funcionamiento. Planos aprobados en caso de obras civiles. Título de propiedad de las garantías. Proforma de la maquinaria a adquirir. Proforma de la materia prima a adquirir.	Copia de la escritura. Copia de certificado de gravamen. Copia del impuesto predial. Copia de cédula y papeleta de votación. Pago de servicios básicos. Certificado de ingresos. Copia de cédula y papeleta de votación a color deudor y garante (conyugues)
Garantía	Hipotecaria 200%	Hipotecaria cubre hasta el 125% del valor que solicita	Hipotecario cubre hasta el 70% del valor del crédito
Monto	Desde 500,00 hasta 15.000,00	De 50.000,00 en adelante	25.000,00
Plazo	3 años	3 años y 10 años compra activos fijos	4 años
Tasa	15%	10,5% capital de trabajo y 11% compra de activos fijos	21%
Dirección	García Moreno y Simón Bolívar (esquina)	Bolívar y Grijalva (esquina)	Sucre ente Flores y Miguel Oviedo
Teléfono	062950890 / 0994582349	062643050	062602940
Nombre y Cargo	Ing. Yhadira Valencia - Asesor de crédito	Ing. Carolina Rosales - Analista de créditos	Ing. Jaime Olmedo - Asesor de crédito

**Fuente:** Entidades financieras  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

## 4.5. Operación del proyecto

### 4.5.1. Flujo gramas

Son representaciones gráficas que permiten visualizar en breves rasgos los procesos a seguir dentro de una actividad en general, para el mejor entendimiento se utilizan simbologías con sus respectivos significados que permiten la fácil comprensión del orden de los pasos a seguir y de esa manera cumpliendo con todas las fases establecidas en la elaboración y comercialización del producto.

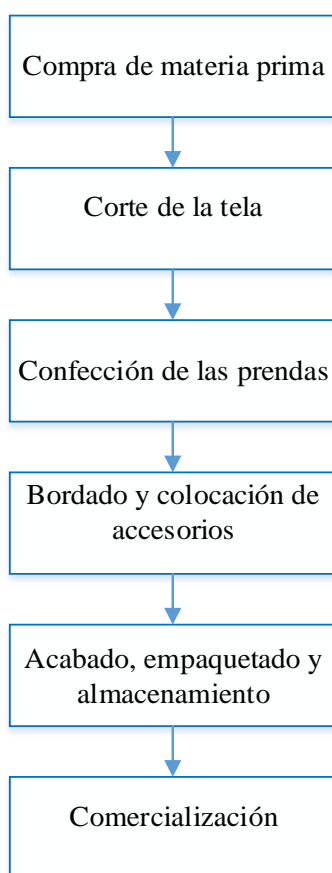
#### 4.5.2. Procesos de producción y comercialización

En la microempresa realizará las actividades pertinentes con el fin de alcanzar los objetivos previstos para producir y vender prendas de vestir a los turistas nacionales y extranjeros.

##### Actividades de proceso de producción y comercialización

- Compra de materia prima
- Corte de la tela
- Confección de las prendas
- Bordado y colocación de accesorios
- Acabado, empaquetado y almacenamiento
- Comercialización













##### *Gráfico N° 43 Proceso de producción y comercialización*



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

## Procesos productivos

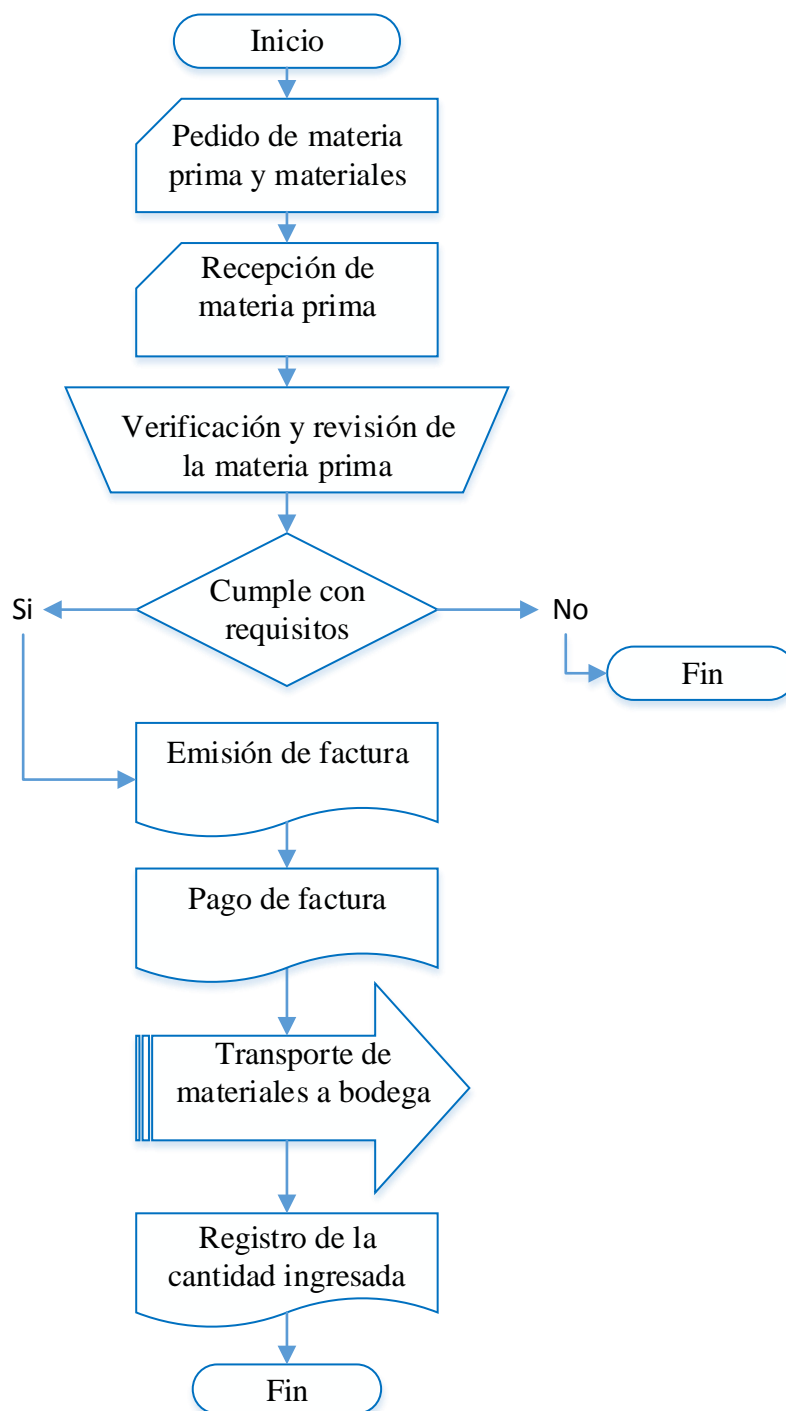
**Tabla N° 108 Simbología**

Terminología	Símbolo	Terminología	Símbolo
Inicio o finalización		Venta	
Inspección o revisión		Almacenamiento	
Proceso		Demora	
Subproceso		Operación	
Documento		Transporte	
Decisión		Unión	

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### Compra de materia prima

- Pedido de materia prima y demás materiales
- Recepción de materia prima
- Verificación y revisión de la materia prima
- Emisión de factura
- Pago de factura
- Transporte de la tela lienzo y materiales a bodega
- Registro de la cantidad ingresada

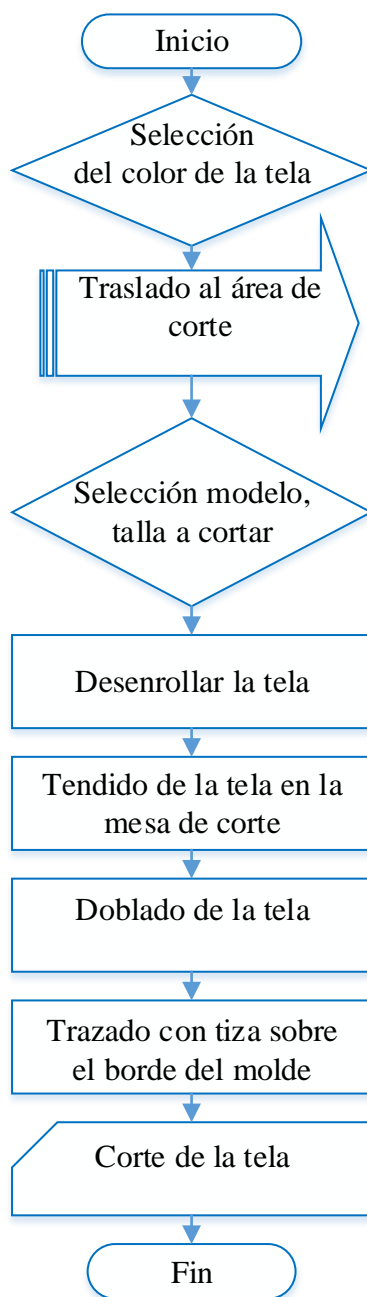
**Gráfico N° 44 Compra de materia prima**

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### Corte

- Selección del color de la tela
- Traslado de la tela al área de corte
- Selección del modelo y talla a cortar
- Desenrollar la tela
- Tendido de la tela en la mesa de corte
- Doblado de la tela
- Trazado con tiza sobre el borde del molde
- Corte de la tela

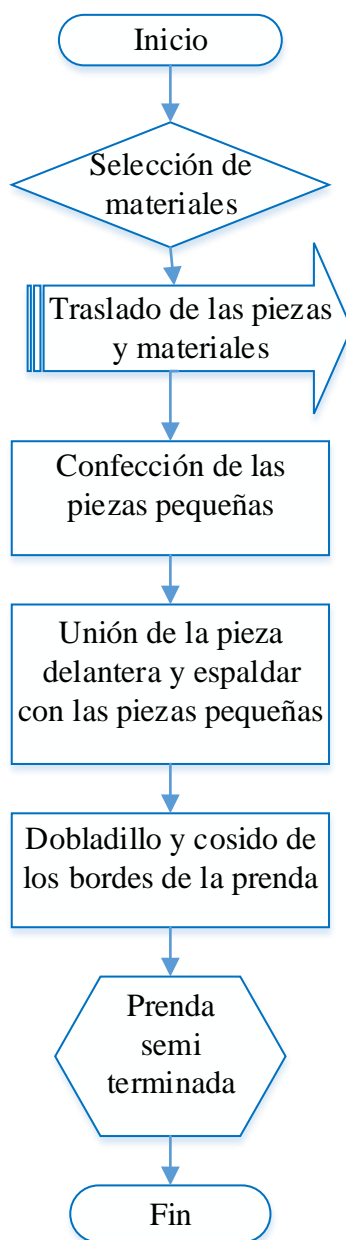
**Gráfico N° 45 Corte**



### Confección

- Selección de los materiales que ingresan a confección
- Traslado de las piezas y materiales al área de confección
- Confección de las piezas pequeñas
- Unión de la pieza delantera y espaldas con las piezas pequeñas
- Doblado y cosido de los bordes de la prenda
- Prendas semi terminada

**Gráfico N° 46 Confección**

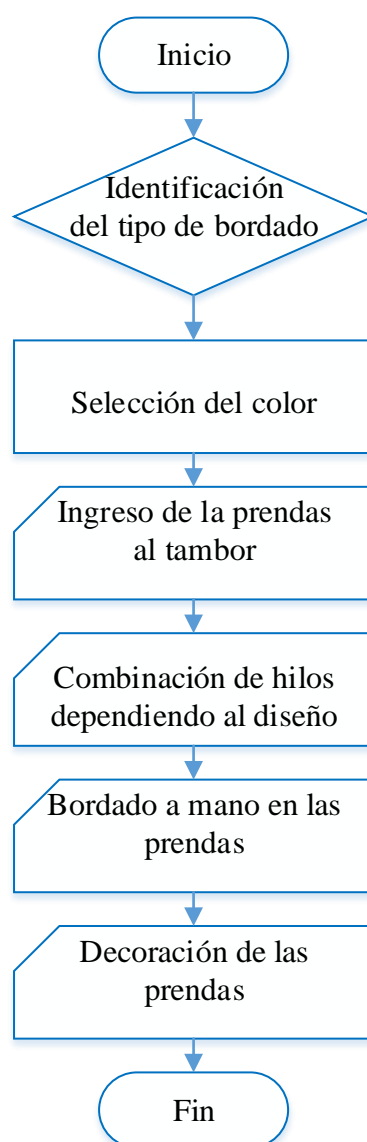


Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

**Bordado a mano**

- Identificación del tipo de bordado
- Selección del color
- Ingreso de la prendas al tambor
- Combinación de hilos dependiendo al diseño
- Bordado a mano en las prendas
- Decoración de las prendas

**Gráfico N° 47 Bordado a mano**

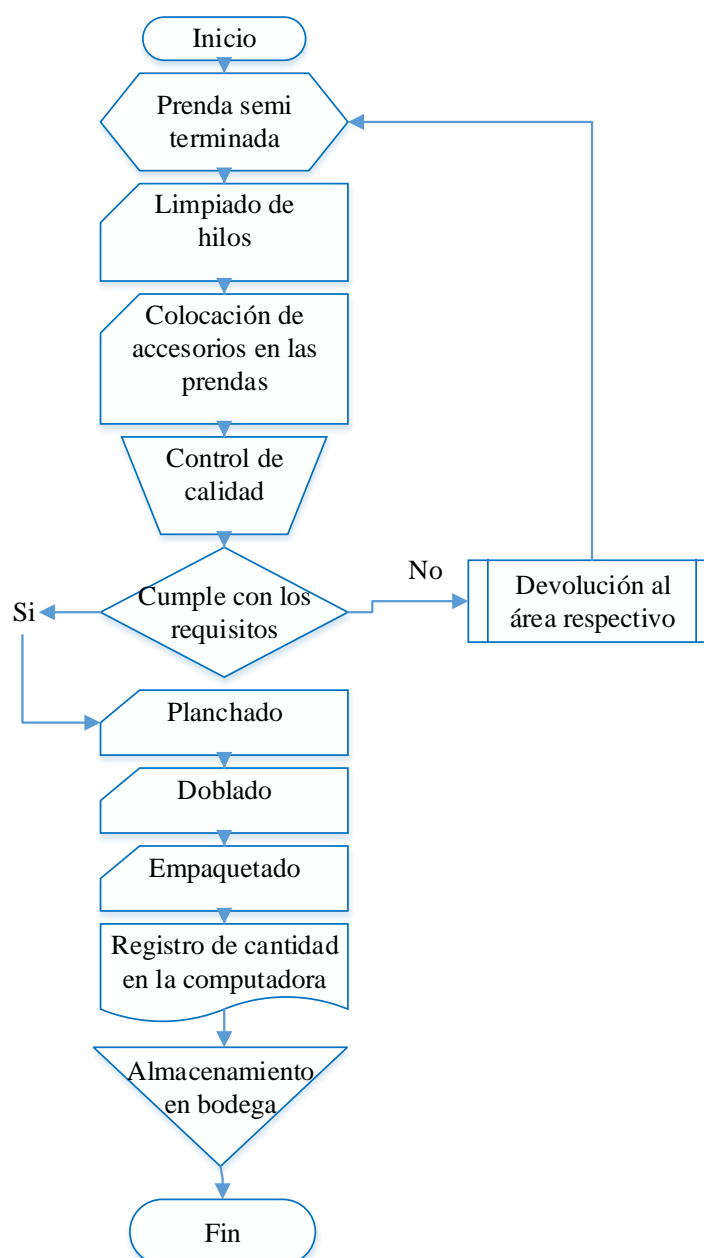


Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016



**Acabado**

- Prenda confeccionada
- Limpiado de hilos
- Colocación de accesorios en las prendas
- Control de calidad
- Planchado
- Doblado
- Empaquetado
- Registro de cantidad en la computadora
- Almacenamiento en bodega

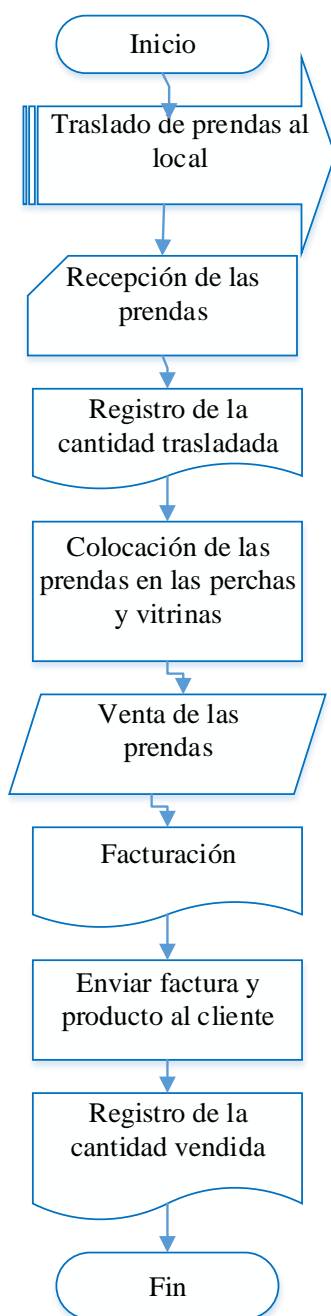
**Gráfico N° 48 Acabado**

**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Comercialización

- Traslado al local de ventas
- Recepción de las prendas
- Registro de la cantidad trasladada
- Colocación de las prendas en las perchas y vitrinas
- Venta de las prendas
- Facturación
- Enviar factura y producto al cliente
- Registro en la computadora la cantidad vendida

**Gráfico N° 49 Comercialización**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

#### **4.6. Respuesta a los riesgos de la matriz AOOR**

Las soluciones para afrontar los riesgos presentados en la microempresa son:

##### **Riesgo 1: El alza de precios de la materia prima afecta al precio normal del producto.**

El gobierno debe incentivar la producción nacional empezando desde la producción hasta la obtención de una materia prima de calidad, que sirve para aquellas empresas productoras fabricantes de productos textiles, las respuestas ante este riesgo son:

- Cabutex debe ser más creativo en buscar otras alternativas o proveedores en caso de que surjan alzas en el precio de las materias primas.
- Innovar los productos con el uso de nuevos materiales de calidad a mejores precios pero sin desmejorar la calidad del producto.
- También, con el pasar del tiempo, la misma microempresa puede fabricar las materias primas necesarias en la producción textil, esto realizando con otra inversión.

##### **Riesgo 2: La incorporación de nuevas leyes del gobierno que afecte la producción de la cabuya y reduzca en gran porcentaje el cultivo del mismo.**

Añadir valor agregado a los recursos existentes como en el caso de la cabuya, incrementando mayor competitividad, diversificando la oferta productiva que permite desarrollar nuevas formas de transformación de las materias primas, los agricultores deben estar a diario cumpliendo con todas las leyes de gestión ambiental para que no existan trabas en la producción de cabuya, las respuestas ante este riesgo son:

- Ayudar a los campesinos que se dedican a cultivar la fibra de cabuya con una información adicional acerca de los permisos de funcionamiento que deben tener con la entidad competente como por ejemplo en los municipios es obligatorio que las personas productoras cumplan con los requisitos previos para la producción legal.

- De la misma manera deben obtener permisos de uso de suelo para que la producción de la fibra de cabuya este legalmente en función, además; potencializar la agricultura y producción de esta planta autóctona del país.
- Esto permite que los productores de la cabuya se asocien con microempresas que necesitan de esta materia para elaborar un producto y de esa manera el agricultor y la microempresa puedan tener un normal funcionamiento en el país.

**Riesgo 3: La inclusión de nuevos impuestos para las Mypimes por parte del gobierno afecta el normal desarrollo de la microempresa.**

Las microempresas deben estar constantemente informados de las leyes que impone el gobierno, para estar siempre cumpliendo con todas las normativas establecidas en el país como por ejemplo: la ley de impuestos a la herencia que contienen incisos que se deben analizar dentro de las microempresas, es importante recalcar para que después una microempresa no esté en apuros o contratiempos, las respuestas ante este riesgo son:

- Cabutex debe relacionarse con diferentes organismos, asociarse y contactarse para que puedan disponer de la información actualizada ya sea de leyes, normativas, políticas que puedan afectar al normal funcionamiento de la microempresa.
- La microempresa debe tener un correo electrónico donde reciba a diario información actualizada emitida por las entidades competentes.

**Riesgo 4: Las medidas de salvaguardia no son respetadas, el cual causa contrabando de ropa que afecta al sector textil artesanal.**

El gobierno debe poner mayor énfasis en establecer medidas de salvaguardias, aranceles que sirven para proteger la producción nacional. Esta es una manera de compensar al país para que los productos ecuatorianos sean de calidad y aptos para la comercialización nacional e internacional. El gobierno se enfoca en el cambio de la matriz productiva, es una oportunidad

que promueve un mecanismo de ofertar productos de calidad con etiquetas nacionales, las respuestas ante este riesgo son:

- Puede afiliarse a la MIPRO para gozar los beneficios que brinda este organismo, para que las microempresas puedan ofertar productos a nivel nacional e internacional.
- Cumplir con la norma del etiquetado, cumpliendo todos los requisitos mencionados en el INEN 1875, para que el producto sea de calidad con el fin de competir con productos ofertados de otros países.

#### **4.7. Análisis del estudio técnico**

Con el estudio técnico se pudo determinar el lugar de ubicación de la planta, la macro y micro localización, el tamaño, la disponibilidad de materia prima, la capacidad instalada, los proveedores entre otros. El presupuesto técnico también da a conocer las inversiones que se va realizar en este estudio, el capital de trabajo, la inversión total y el financiamiento de la inversión será otorgado por la CFN y la diferencia con aporte propio, además; para mejor entendimiento se encuentran los flujo gramas de procesos donde se plasman los procesos productivos y de comercialización de blusas y camisas artesanales. La microempresa estará ubicado en la comunidad San Juan Alto vía Quichinche cerca de la ciudad de Otavalo, este lugar es propicio para la creación de una microempresa debido a su fácil acceso y transportación de la materia prima. Además el punto de venta estará ubicado en el centro de Otavalo en la calle Sucre entre Salinas y Quiroga, es un sitio donde existe gran afluencia de turistas debido a la cercanía a la plaza de los ponchos.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 5.1. Inversión inicial

El estado de situación financiera nos muestra un resumen general de las cantidades de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, sobre todo tener una visión clara de la posición financiera de la microempresa mediante la aplicación de los evaluadores económicos.

**Tabla N° 109 Estado de situación financiera (Proyectado)**

<b>Cabutex</b>					
<b>Estado de situación financiera (Proyectado)</b>					
<b>Activos</b>			<b>Pasivos</b>		
<b>Activos corrientes</b>		<b>15.783,57</b>	<b>Pasivos no corrientes</b>		<b>37.253,38</b>
Efectivo y sus equivalentes	15.783,57		Préstamos bancarios	37.253,38	
<b>Activos no corrientes</b>		<b>38.397,15</b>			
Terreno	3.520,00				
Planta	26.250,00		<b>Patrimonio</b>		<b>16.927,34</b>
Maquinarias y equipos de producción	2.350,00		Aporte propio	16.927,34	
Muebles y enseres	3.990,00				
Equipo de oficina	65,82				
Equipo de seguridad industrial	70,00				
Equipo de ventas	285,97				
Equipo de cómputo	1.865,36				
<b>Total activos</b>		<b><u>54.180,72</u></b>	<b>Total P+Pt</b>		<b><u>54.180,72</u></b>

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### 5.2. Determinación de ingresos proyectados

Para determinar los ingresos proyectados se tomó en cuenta el volumen de producción (Tabla N° 58, p. 150) y el precio de acuerdo a la competencia (Tabla N° 53, p. 143) para

finalmente multiplicar y obtener el resultado de los ingresos totales por la venta de blusas y camisas.

○ **Volumen de producción**

**Tabla N° 110 Volumen de producción**

<b>Talla</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>	<b>1.891</b>	<b>2.072</b>	<b>2.240</b>	<b>2.393</b>
Blusas	803	884	981	1.069	1.149
Camisas	959	1.008	1.091	1.171	1.244
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>	<b>1.740</b>	<b>1.907</b>	<b>2.061</b>	<b>2.201</b>
Blusas	739	813	903	984	1.057
Camisas	882	927	1.004	1.077	1.145
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>	<b>1.891</b>	<b>2.072</b>	<b>2.240</b>	<b>2.393</b>
Blusas	803	884	981	1.069	1.149
Camisas	959	1.008	1.091	1.171	1.244
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>	<b>1.664</b>	<b>1.824</b>	<b>1.971</b>	<b>2.106</b>
Blusas	707	778	863	941	1.011
Camisas	844	887	960	1.030	1.095
<b>Total</b>	<b>6.698</b>	<b>7.187</b>	<b>7.875</b>	<b>8.513</b>	<b>9.093</b>

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Precio de la competencia**

**Tabla N° 111 Precio de la competencia**

<b>Tallas</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Talla S</b>					
Blusa	12,02	12,54	13,08	13,65	14,24
Camisa	11,76	12,27	12,80	13,35	13,93
<b>Talla M</b>					
Blusa	12,28	12,81	13,37	13,94	14,55
Camisa	12,02	12,54	13,08	13,65	14,24
<b>Talla L</b>					
Blusa	12,60	13,14	13,71	14,30	14,92
Camisa	12,49	12,81	13,37	13,94	14,55
<b>Talla XL</b>					
Blusa	12,83	13,38	13,96	14,56	15,19
Camisa	12,49	13,03	13,60	14,18	14,80

**Fuente:** Estudio de mercado  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 112 Ingresos proyectados - Precio competencia**

<b>Talla</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Talla S</b>	<b>20.936,48</b>	<b>23.443,27</b>	<b>26.801,24</b>	<b>30.225,66</b>	<b>33.681,31</b>
Blusas	9.658,01	11.081,09	12.835,89	14.593,92	16.351,11
Camisas	11.278,47	12.362,18	13.965,34	15.631,73	17.330,21
<b>Talla M</b>	<b>19.684,45</b>	<b>22.041,22</b>	<b>25.198,29</b>	<b>28.417,84</b>	<b>31.666,78</b>
Blusas	9.078,15	10.415,78	12.065,23	13.717,71	15.369,39
Camisas	10.606,31	11.625,44	13.133,06	14.700,13	16.297,38
<b>Talla L</b>	<b>22.104,28</b>	<b>24.522,70</b>	<b>28.035,88</b>	<b>31.618,47</b>	<b>35.233,68</b>
Blusas	10.120,91	11.612,19	13.451,10	15.293,40	17.134,80
Camisas	11.983,37	12.910,50	14.584,78	16.325,07	18.098,88
<b>Talla XL</b>	<b>19.614,37</b>	<b>21.963,93</b>	<b>16.819,05</b>	<b>28.319,57</b>	<b>31.557,66</b>
Blusas	9.069,00	10.405,29	12.053,08	13.703,90	15.353,91
Camisas	10.545,37	11.558,64	4765,971937	14.615,67	16.203,74
<b>Total anual</b>	<b>82.339,58</b>	<b>91.971,12</b>	<b>96.854,45</b>	<b>118.581,54</b>	<b>132.139,43</b>

**Fuente:** Tablas N° 110 y 111

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

### **5.3. Determinación de egresos proyectados**

#### **5.3.1. Costos de producción**

Los costos de producción se refieren a la cantidad total de materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y gastos de venta que se utilizarán cada año para la producción de blusas y camisas, determinadas; en la cantidad de materiales que inciden para el volumen de producción anual (**Tabla N° 110, p. 204**) y esta cantidad multiplicado por el precio unitario de cada materia proyectada de acuerdo a la inflación de 4,32% del mes de abril de 2015 y finalmente se obtiene el resultado de cada rubro.



○ **Materia prima directa**

**Tabla N° 113 Materia prima directa**

<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Tela hindú</b>					
Cantidad en centímetros	489.454	524.638	574.513	620.794	662.909
Precio unitario	0,0271	0,0283	0,0295	0,0308	0,0321
<b>Total a.</b>	<b>13.275,56</b>	<b>14.844,60</b>	<b>16.958,04</b>	<b>19.115,73</b>	<b>21.294,39</b>
<b>Fibra de cabuya</b>					
Cantidad en metros	112.726	121.211	132.964	143.830	153.700
Precio unitario	0,00080	0,00083	0,00087	0,00091	0,00095
<b>Total b.</b>	<b>90,02</b>	<b>100,98</b>	<b>115,56</b>	<b>130,40</b>	<b>145,37</b>
<b>Hilo poliéster</b>					
Cantidad en metros	163.352	175.292	192.076	207.629	221.773
Precio unitario	0,00026	0,00027	0,00028	0,00029	0,00030
<b>Total c.</b>	<b>41,74</b>	<b>46,73</b>	<b>53,42</b>	<b>60,24</b>	<b>67,12</b>
<b>Hilo chino</b>					
Cantidad en metros	207.133	222.274	243.556	263.278	281.213
Precio unitario	0,00026	0,00027	0,00029	0,00030	0,00031
<b>Total d.</b>	<b>54,35</b>	<b>60,84</b>	<b>69,55</b>	<b>78,43</b>	<b>87,39</b>
<b>Hilo para bordar</b>					
Cantidad en metros	110.496	118.937	130.544	141.263	150.993
Precio unitario	0,0011	0,0012	0,0012	0,0013	0,0014
<b>Total e.</b>	<b>126,12</b>	<b>141,61</b>	<b>162,15</b>	<b>183,04</b>	<b>204,10</b>
<b>Total a + b + c + d</b>	<b>13.587,79</b>	<b>15.194,77</b>	<b>17.358,72</b>	<b>19.567,84</b>	<b>21.798,37</b>

**Fuente:** Tablas N° 76,77,78,79,80  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Materia prima indirecta**

**Tabla N° 114 Materia prima indirecta**

<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Botones de tagua</b>					
Cantidad en unidades	13.395	14.374	15.751	17.026	18.186
Precio unitario	0,0094	0,0098	0,0102	0,0107	0,0111
<b>Total a.</b>	<b>125,77</b>	<b>140,79</b>	<b>160,93</b>	<b>181,48</b>	<b>202,22</b>
<b>Botones de plástico</b>					
Cantidad en unidades	30.104	32.305	35.398	38.264	40.871
Precio unitario	0,00428	0,00446	0,00465	0,00486	0,00507
<b>Total b.</b>	<b>128,76</b>	<b>144,14</b>	<b>164,76</b>	<b>185,80</b>	<b>207,03</b>
<b>Terminales</b>					
Cantidad en unidades	13.395	14.374	15.751	17.026	18.186
Precio unitario	0,0073	0,0076	0,0079	0,0083	0,0086
<b>Total c.</b>	<b>97,82</b>	<b>109,50</b>	<b>125,17</b>	<b>141,15</b>	<b>157,28</b>
<b>Encaje</b>					
Cantidad en metros	3.053	3.358	3.729	4.064	4.365
Precio unitario	0,0230	0,0239	0,0250	0,0261	0,0272
<b>Total d.</b>	<b>70,07</b>	<b>80,40</b>	<b>93,13</b>	<b>105,88</b>	<b>118,63</b>
<b>Cordón</b>					
Cantidad en metros	6.698	7.187	7.875	8.513	9.093
Precio unitario	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005
<b>Total e.</b>	<b>3,06</b>	<b>3,42</b>	<b>3,91</b>	<b>4,41</b>	<b>4,91</b>
<b>Elástico</b>					
Cantidad en metros	3.053	3.358	3.729	4.064	4.365
Precio unitario	0,0000043	0,0000045	0,0000047	0,0000049	0,0000051
<b>Total f.</b>	<b>0,013</b>	<b>0,015</b>	<b>0,018</b>	<b>0,020</b>	<b>0,022</b>
<b>Etiquetas</b>					
Cantidad en unidades	6.698	7.187	7.875	8.513	9.093
Precio unitario	0,0522	0,0544	0,0568	0,0592	0,0618
<b>Total g.</b>	<b>349,35</b>	<b>391,08</b>	<b>447,04</b>	<b>504,11</b>	<b>561,71</b>
<b>Tallas</b>					
Cantidad en unidades	6.698	7.187	7.875	8.513	9.093
Precio unitario	0,00376	0,00392	0,00409	0,00426	0,00445
<b>Total h.</b>	<b>25,15</b>	<b>28,16</b>	<b>32,19</b>	<b>36,30</b>	<b>40,44</b>
<b>Fundas</b>					
Cantidad en unidades	6.698	7.187	7.875	8.513	9.093
Precio unitario	0,0626	0,0653	0,0681	0,0711	0,0741
<b>Total i.</b>	<b>419,22</b>	<b>469,30</b>	<b>536,44</b>	<b>604,93</b>	<b>674,06</b>
<b>Total a+b+c+d+e+f+g+h+i</b>	<b>799,99</b>	<b>897,50</b>	<b>1.027,15</b>	<b>1.159,15</b>	<b>1.292,25</b>

**Fuente:** Tablas N° 83,84,85,86,87,88,89,90,91  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

○ **Mano de obra directa proyectada**

Para la proyección de los sueldos se tomó en cuenta el valor desde el año 2012 hasta el 2016 y se sacó un promedio del porcentaje de aumento de los sueldos con relación a años pasados, teniendo como resultado 5,83% de crecimiento promedio.

**Tabla N° 115 Datos históricos de sueldo básico**

<b>Años</b>	<b>Datos históricos</b>	<b>(cn/co)-1</b>
Año 2012	292	
Año 2013	318	8,90%
Año 2014	340	6,92%
Año 2015	354	4,12%
Año 2016	366	3,39%
<b>Promedio</b>		<b>5,83%</b>

**Fuente:** Ministerio de relaciones laborales  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 116 Proyección de sueldos**

<b>Años</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>Número de operarios</b>	<b>Total anual</b>
Año 2016	366,00	4	17.568,00
Año 2017	387,35	4	18.592,65
Año 2018	409,94	4	19.677,05
Año 2019	433,85	4	20.824,71
Año 2020	459,15	4	22.039,30

**Fuente:** Tabla N° 115  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Se tomó el dato de la proyección de sueldos para determinar los demás cálculos de los cuatro operarios que se dedican a la producción de las prendas de vestir.

**Tabla N° 117 Mano de obra directa proyectada**

<b>Mano de obra directa ( 4 operarios)</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sueldo Anual	17.568	18.593	19.677	20.825	22.039
Aporte patronal 12,15%	2.135	2.259	2.391	2.530	2.678
Décimo tercero	1.464	1.549	1.640	1.735	1.837
Décimo cuarto	1.464	1.549	1.640	1.735	1.837
Fondos de reserva	-	1.549	1.639	1.735	1.836
Vacaciones	-	775	820	868	918
<b>Total</b>	<b>22.631</b>	<b>26.274</b>	<b>27.806</b>	<b>29.428</b>	<b>31.144</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Yesenia López

Año: 2016

### ○ **Costos indirectos de fabricación**

Los costos indirectos de fabricación son proyectados dependiendo al uso de la microempresa por ejemplo: energía eléctrica, teléfono y agua son proyectados con el porcentaje de crecimiento de Cabutex (**Ver tabla N° 57, p. 145**) y los demás con la tasa de inflación.

**Tabla N° 118 Costos indirectos de fabricación**

<b>Detalle</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Energía eléctrica	518,15	559,34	603,80	651,79	703,60
Teléfono	323,85	349,59	377,37	407,37	439,75
Internet	275,40	287,30	299,71	312,66	326,17
Agua	25,91	27,97	30,19	32,59	35,18
Suministro de producción	74,69	77,92	81,29	84,80	88,46
Suministro de limpieza	94,34	98,41	102,66	107,10	111,73
Imprevistos 3%	39,37	42,02	44,85	47,89	51,15
<b>Total</b>	<b>1351,71</b>	<b>1442,54</b>	<b>1539,87</b>	<b>1644,19</b>	<b>1756,03</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Yesenia López

Año: 2016

### **5.3.2. Gastos administrativos**

Se refiere al sueldo que percibirá el gerente de la microempresa, además se incluye la contadora que será contratada bajo prestación de servicios profesionales y también los suministros de oficina.

**Tabla N° 119 Gastos Administrativos**

<b>Gerente</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sueldo Anual	6.000,00	6.349,95	6.720,31	7.112,26	7.527,08
Aporte patronal	729,00	771,52	816,52	864,14	914,54
Décimo tercero	500,00	529,16	560,03	592,69	627,26
Décimo cuarto	366,00	387,35	409,94	433,85	459,15
Fondos de reserva	-	528,95	559,80	592,45	627,01
Vacaciones	-	264,58	280,01	296,34	313,63
<b>Sub total</b>	<b>7.595,00</b>	<b>8.831,51</b>	<b>9.346,60</b>	<b>9.891,74</b>	<b>10.468,67</b>
Servicios profesionales	480,00	508,00	537,62	568,98	602,17
Suministros de oficina	108,40	113,09	117,97	123,07	128,38
<b>Total</b>	<b>8.183,40</b>	<b>9.452,59</b>	<b>10.002,20</b>	<b>10.583,79</b>	<b>11.199,22</b>

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### 5.3.3. Gasto en ventas

Se refiere al sueldo que percibirá el vendedor, además incluye la publicidad y el arriendo del local.

**Tabla N° 120 Gasto en ventas**

<b>Vendedor</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sueldo Anual	4.392,00	6.349,95	6.720,31	7.112,26	7.527,08
Aporte patronal	533,63	771,52	816,52	864,14	914,54
Décimo tercero	366,00	529,16	560,03	592,69	627,26
Décimo cuarto	366,00	529,16	560,03	592,69	627,26
Fondos de reserva	-	528,95	559,80	592,45	627,01
Vacaciones	-	264,58	280,01	296,34	313,63
<b>Sub total</b>	<b>5.657,63</b>	<b>8.708,74</b>	<b>9.216,67</b>	<b>9.754,23</b>	<b>10.323,14</b>
Publicidad	480,00	500,74	522,37	544,93	568,48
Arriendo local	5.400,00	5.633,28	5.876,64	6.130,51	6.395,35
<b>Total</b>	<b>11.537,63</b>	<b>14.842,76</b>	<b>15.615,68</b>	<b>16.429,68</b>	<b>17.286,97</b>

**Fuente:** Estudio técnico  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### 5.4. Tabla de amortización

El crédito se solicitará en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años, con una tasa del 10,5% anual, el monto a solicitar es de 37.253,38 dólares. Para más información ver en la (Tabla N° 107, p. 191) donde se encuentran las condiciones de crédito y los requisitos necesarios, mientras que los cálculos de la tabla de amortización se muestran en el (Anexo N° 30, p. 283). En los siguientes cuadros indican los gastos financieros y los abonos de capital de cada año.

##### ○ Gastos financieros

*Tabla N° 121 Intereses*

Años	Intereses
2016	3.553,04
2017	2.770,72
2018	1.988,40
2019	1.206,08
2020	423,76

Fuente: Simulador de créditos CFN  
 Elaborado por: CFN  
 Año: 2016

##### ○ Abonos de capital

*Tabla N° 122 Abonos de capital*

Años	Capital
2016	7.450,68
2017	7.450,68
2018	7.450,68
2019	7.450,68
2020	7.450,68

Fuente: Simulador de créditos CFN  
 Elaborado por: CFN  
 Año: 2016

#### 5.5. Tabla de depreciación

Según las NIIF para las PYMES: Sección 17 Propiedades, planta y equipo dice: la entidad estará obligada a comenzar la depreciación de un elemento PP&E cuando esté disponible para

su uso, y continuará depreciándolo hasta que se ha dado de baja en cuentas, incluso si durante dicho periodo dicha partida ha estado sin utilizar.

Los estimados de la vida útil y del valor residual, así como el método de depreciación, se revisan al menos anualmente. El valor residual puede ser ajustado hacia arriba o hacia abajo, y los cambios que resulten diferencias en las expectativas provenientes de diversos estimados, se tienen que contabilizar como cambio en el estimado de contabilidad. Los cálculos se realizaron por el método de línea recta, ya que consiste en dividir el valor del activo depreciable en el número de años arriba estipulado y asignarle el valor del resultante a cada periodo, hasta completar el bien depreciado, esto se realiza con el fin de reflejar la obsolescencia de los equipos por el transcurrir del tiempo.

**Tabla N° 123 Porcentajes de depreciación de activos fijos**

<b>Porcentajes de depreciación</b>		
Inmuebles (excepto terrenos), vanes, aeronaves, barcasas y similares	5%	20 años
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%	10años
Vehículo, equipo de transporte y equipo caminero móvil	20%	5 años
Equipo de cómputo y software	33%	3 años

**Fuente:** Servicio de rentas internas  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

**Tabla N° 124 Cuadro de depreciación**

<b>Depreciación</b>	<b>Valor</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor rescate</b>
Edificio	26.250,00	1.312,50	1.312,50	1.312,50	1.312,50	1.312,50	6.562,50	19.687,50
Maquinarias y equipo de producción	2.350,00	235,00	235,00	235,00	235,00	235,00	1.175,00	1.175,00
Muebles y enseres	3.990,00	399,00	399,00	399,00	399,00	399,00	1.995,00	1.995,00
Equipo de computo	1.865,36	621,72	621,72	621,72	-	-	1.865,17	-
Renovación equipo de computo	700,00	-	-	-	233,31	233,31	466,62	233,38
<b>Total</b>	<b>35.155,36</b>	<b>2.568,22</b>	<b>2.568,22</b>	<b>2.568,22</b>	<b>2.179,81</b>	<b>2.179,81</b>	<b>12.064,29</b>	<b>23.091,07</b>

**Fuente:** Estudio técnico y estado de situación financiera proyectado  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

En la renovación de equipo de cómputo se compra una nueva computadora para el año 2019 y 2020 los cuales se deprecian para esos dos años.

### 5.6. Estado de resultados proyectado

Se realiza todos los cálculos pertinentes para obtener la utilidad antes de obligaciones para luego calcular el 15% de participación de los trabajadores y para liquidar el impuesto a la renta de las personas naturales, se aplicarán de acuerdo a la fracción básica que se encuentra en la tabla de Impuesto a la renta del año 2015 ver (**Anexo N° 29, p. 282**)

**Tabla N° 125 Estado de resultados**

<b>Años</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas proyectadas	82.339,58	91.971,12	96.854,45	118.581,54	132.139,43
<b>Total de ingresos</b>	<b>82.339,58</b>	<b>91.971,12</b>	<b>96.854,45</b>	<b>118.581,54</b>	<b>132.139,43</b>
Costos de producción					
Materia prima directa	13.587,79	15.194,77	17.358,72	19.567,84	21.798,37
Materia prima indirecta	799,99	897,50	1.027,15	1.159,15	1.292,25
Mano de obra directa	22.630,51	26.273,89	27.806,30	29.428,09	31.144,47
Costos indirectos de fabricación	1351,71	1442,54	1539,87	1644,19	1756,03
Total de costos de producción	38.370,00	43.808,70	47.732,04	51.799,28	55.991,12
<b>Utilidad bruta</b>	<b>43.969,58</b>	<b>48.162,42</b>	<b>49.122,41</b>	<b>66.782,26</b>	<b>76.148,31</b>
Gastos operacionales					
Gastos administrativos	8.183,40	9.452,59	10.002,20	10.583,79	11.199,22
Gastos de ventas	11.537,63	14.842,76	15.615,68	16.429,68	17.286,97
Gastos financieros	3.688,63	2.876,45	2.064,28	1.252,10	439,93
Depreciación	2.568,22	2.568,22	2.568,22	2.179,81	2.179,81
<b>Total de gastos</b>	<b>25.977,88</b>	<b>29.740,02</b>	<b>30.250,38</b>	<b>30.445,37</b>	<b>31.105,92</b>
<b>Utilidad antes de obligaciones</b>	<b>17.991,70</b>	<b>18.422,40</b>	<b>18.872,03</b>	<b>36.336,89</b>	<b>45.042,38</b>
15% trabajadores	2.698,75	2.763,36	2.830,80	5.450,53	6.756,36
Utilidad antes de impuestos	15.292,94	15.659,04	16.041,23	30.886,35	38.286,02
Impuesto a la renta	224,65	242,95	262,06	2.134,16	3.022,12
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>15.068,30</b>	<b>15.416,09</b>	<b>15.779,17</b>	<b>28.752,19</b>	<b>35.263,90</b>

**Fuente:** Capítulo V - Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Para los rubros del impuesto a la renta se calculó en base al monto de la base imponible aplicando la tabla del 2015, a continuación se presenta los cálculos.



**Tabla N° 126 Cálculo del impuesto a la renta**

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad antes de impuesto	15.292,94	15.659,04	16.041,23	30.886,35	38.286,02
Fracción básica	10800,00	10800,00	10800,00	17210,00	17210,00
Total	4.492,94	4.859,04	5.241,23	13.676,35	21.076,02
% Imp. Frac. Exced.	5%	5%	5%	12%	12%
Total	224,65	242,95	262,06	1.641,16	2.529,12
Impuesto Fracción básica	-	-	-	493,00	493,00
<b>Total</b>	<b>224,65</b>	<b>242,95</b>	<b>262,06</b>	<b>2.134,16</b>	<b>3.022,12</b>

**Fuente:** Capítulo V - Estudio Financiero

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

## 5.7. Flujo de caja proyectado

Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un periodo dado. Es como una proforma y se refiere a hechos venideros o futuros, es decir pronóstico de ingresos y gastos de caja provenientes de una sola actividad. Se determina mediante una relación entre ingresos y egresos de un periodo, esto indica el movimiento de dinero en caja y constituye un indicador importante de la liquidez del negocio.

**Tabla N° 127 Flujo de caja proyectado**

Año	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión propia	(16.927,34)					
Inversión financiado	(37.253,38)					
<b>Ingresos</b>						
Utilidad neta proyectada		15.068,30	15.416,09	15.779,17	28.752,19	35.263,90
Depreciación		2.568,22	2.568,22	2.568,22	2.179,81	2.179,81
Valor de rescate						23.091,07
Total de ingresos		17.636,52	17.984,31	18.347,39	30.932,00	60.534,78
<b>Egresos</b>						
Pago de capital		7.735,00	7.735,00	7.735,00	7.735,00	7.735,00
Reinversión					700,00	
Total de egresos		7.735,00	7.735,00	7.735,00	8.435,00	7.735,00
<b>Flujo neto</b>	<b>(54.180,72)</b>	<b>9.901,52</b>	<b>10.249,31</b>	<b>10.612,39</b>	<b>22.497,00</b>	<b>52.799,78</b>

**Fuente:** Capítulo V - Estudio Financiero

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

### 5.8.1. Costo de oportunidad

La tasa pasiva según el banco Central del Ecuador 2015 es del 5,54% mientras que la tasa activa de la Corporación Financiera nacional es del 10,5%.

**Tabla N° 128 Cálculo del costo de oportunidad**

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de rendimiento	Valor ponderado
Propio	16.897,52	31,24%	5,54%	0,0173
Financiado	37.187,76	68,76%	10,50%	0,0722
<b>Total</b>	<b>54.085,28</b>	<b>100,00%</b>		<b>0,0895</b>

Fuente: Estudio financiero, BCE, CFN  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

$CK = \text{Costo de oportunidad}$

$CK = 8,95\%$

$\text{Inflación abril 2015} = 4,32\%$

#### ○ Tasa de rendimiento medio

$$TRM = (1 + CK)(1 + In) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,0895)(1 + 0,0432) - 1$$

$$TRM = 13,66\%$$

### 5.8.2. Cálculo del VAN

El VAN muestra el dinero real a través del tiempo, o sea; pretende mostrar el valor actual que obtendrá el proyecto ante la inversión.

#### Fórmula

$$VAN = -II + \sum FEF(1 + r)^{-n}$$

**Donde:****II**= Inversión inicial**FEF**= Flujo de caja proyectado**r**= Tasa de rendimiento medio**Cálculo****Tabla N° 129 Cálculo del VAN**

<b>Años</b>	<b>Flujos netos</b>
Año 0	(54.180,72)
Año 2016	9.901,52
Año 2017	10.249,31
Año 2018	10.612,39
Año 2019	22.497,00
Año 2020	52.799,78
<b>Total</b>	<b>\$ 65.194,37</b>

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

$$VAN = 65.194,37 - 54.180,72$$

$$VAN = 11.013,64$$

**Decisión**

Cuando el VAN es mayor que cero, el proyecto se debe aceptar, en este caso el VAN es mayor que cero entonces el proyecto se acepta

**Análisis**

El valor actual neto corresponde a 65.194,37 a una tasa del 13,66% de TRM, lo cual significa que el proyecto es factible ya que invertí 54.180,72 dólares hoy estaría generando una rentabilidad actual de 11.013,74

**5.8.3. Cálculo de la TIR**

Es la tasa deseada o requerida del proyecto que considera cuanto se va a ganar por haber invertido, o sea quiere decir cuánto nos va devolver el proyecto por las actividades realizadas.

Otro punto importante es que ayuda a identificar a que tasa debe rendir el proyecto para poder recuperar la inversión.

### Fórmula

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right]$$

### Donde:

**Ti**= Tasa inferior

**Ts**= Tasa superior

**VAN Ti**= Valor actual neto de la tasa inferior

**VAN Ts**= Valor actual neto de la tasa superior

### Cálculo

**Tabla N° 130 Cálculo de la TIR**

<b>Años</b>	<b>Flujos netos</b>
Año 0	(54.180,72)
Año 2016	9.901,52
Año 2017	10.249,31
Año 2018	10.612,39
Año 2019	22.497,00
Año 2020	52.799,78
<b>TIR</b>	<b>19,62%</b>

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### Decisión

Cuando el porcentaje de TIR es mayor que la TRM se acepta el proyecto, en este caso la TIR es mayor.  $TIR = 19,62\% > TRM = 13,66\%$

### Análisis

La TIR exacta calculada para que el VAN se vuelva cero es de 19,62%, es decir que es la tasa límite hasta donde puede ganar el proyecto, si la TIR sobrepasa el 19,62%, el VAN se vuelve negativo y no sería rentable, mientras que si cojo una tasa menor a la tasa calculada, el

VAN se vuelve positivo siendo más rentable el proyecto. Analizando el porcentaje quiere decir que devuelve al inversionista más un 5,97% (19,62% - 13,66%) de rentabilidad que la TRM.

**Tabla N° 131 VAN positivo y VAN negativo**

Tasa inferior	19,00%
Tasa superior	21,00%
VAN cero	19,62%
VAN tasa inferior	1.019,41
VAN tasa superior	(2.155,20)

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### 5.8.4. Tiempo de recuperación del dinero

- **Recuperación de la inversión a valor corriente**

**Tabla N° 132 Flujo de caja - valor corriente**

<b>Años</b>	<b>Flujos de caja</b>
2016	9.901,52
2017	10.249,31
2018	10.612,39
2019	22.497,00
2020	52.799,78

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

#### Cálculos

- Sumatoria de los flujos de caja de los años 2016, 2017, 2018, 2019 = **53.260,22**
- Inversión inicial – Sumatoria Flujos de caja =  $54.180,72 - 53.260,22 = 920,50$  Falta
  - Año 2020 = **52.799,78**

Para calcular la recuperación del dinero en el tiempo se realiza una regla de tres simple para conocer el tiempo exacto donde se recuperará el dinero.

**Tabla N° 133 Regla de tres simple - valor corriente**

<b>Regla de tres simple</b>	
52.799,93	1
920,50	X= 0,017
Fuente: Estudio financiero	
Elaborado por: Yesenia López	
Año: 2016	

**Análisis**

Tiempo de recuperación del dinero es igual a cuatro años y un día, o sea el resultado arrojado significa que el proyecto se recuperará en cuatro años.

**5.8.5. Recuperación del dinero con flujos descontados**○ **Recuperación de la inversión a valor real**

Significa disminuir la tasa de inflación a los flujos corrientes de caja aplicando la siguiente fórmula.

$$FCD = \frac{\text{Flujo de caja}}{1 + \text{Inflación}^1}$$

**Tabla N° 134 Flujo de caja deflactado**

<b>Años</b>	<b>Flujo de caja deflactado</b>
2016	9.491,49
2017	9.824,88
2018	10.172,92
2019	21.565,38
2020	50.613,28

Fuente: Estudio financiero  
 Elaborado por: Yesenia López  
 Año: 2016

- Sumatoria de los flujos de caja de los años 2016, 2017, 2018 y 2019 = **51.054,66**
- Inversión inicial – Sumatoria Flujos de caja = 54.180,72–51.054,66 = **3.126,06** Falta
- Año 2020 = **50.613,28**

Para calcular la recuperación del dinero en el tiempo se realiza una regla de tres simple para conocer el año donde se recuperará el dinero.

**Tabla N° 135 Regla de tres simple – valor real**

Regla de tres simple	
50.613,28	1
3.126,06	X= 0,06

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

### **Análisis**

Tiempo de recuperación del dinero es igual a cuatro años y seis días, o sea el resultado arrojado significa que el proyecto se recuperará en cuatro años.

#### **5.8.6. Índice de beneficio-costo**

Para el cálculo del beneficio costo se obtiene los datos de los ingresos y egresos para aplicar la fórmula siguiente y tener los datos deflactados.

**Para ingresos deflactados:**

$$IBC = \frac{Ingresos}{1 + TRM^1}$$

**Para egresos deflactados:**

$$IBC = \frac{Egresos}{1 + TRM^1}$$

**Tabla N° 136 Índice de beneficio costo**

<b>Años</b>	<b>Ingresos deflactados</b>	<b>Egresos deflactados</b>
2016	15.517,31	6.805,56
2017	13.921,98	5.987,81
2018	12.496,41	5.268,31
2019	18.536,29	5.054,75
2020	31.917,09	4.078,30
<b>Total</b>	<b>92.389,09</b>	<b>27.194,72</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos deflactados}}{\sum \text{Egresos deflactados}}$$

$$B/C = \frac{92.389,09}{27.194,72}$$

$$B/C = 3,39$$

El valor arrojado quiere decir que los ingresos solventarán los gastos incurridos de la inversión de este proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá 3,39 dólares.

#### **5.8.7. Tasa de rendimiento beneficio costo**

$$TRBC = \frac{\sum \text{Ingresos netos deflactados}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$TRBC = \frac{92.389,09}{54.180,72}$$

$$TRBC = 1,70$$



### 5.8.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de ventas que Cabutex requiere para comenzar a generar utilidades. Para el cálculo se tomó en cuenta los datos del año 2016 tales como los costos fijos, costos variables.

**Tabla N° 137 Cálculo del punto de equilibrio – año 2016**

<b>Detalle</b>	<b>Año 2016</b>
<b>Ingresos</b>	<b>82.339,58</b>
Ventas	82.339,58
<b>Costos fijos</b>	<b>25.977,88</b>
Gastos administrativos	8.183,40
Gastos de ventas	11.537,63
Gastos financieros	3.688,63
Depreciación	2.568,22
<b>Costos variables</b>	<b>38.370,00</b>
Materia prima directa	13.587,79
Materia prima indirecta	799,99
Mano de obra directa	22.630,51
Costos indirectos de fabricación	1.351,71
<b>Costo total</b>	<b>146.687,47</b>

**Fuente:** Estudio financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

A continuación se muestra el precio unitario y costo unitario de cada prenda de vestir el cual sirve para el cálculo del margen de contribución.

**Tabla N° 138 Costo unitario**

<b>Tallas</b>	<b>MPD</b>	<b>MPI</b>	<b>MOD</b>	<b>CIF</b>	<b>Total Costo</b>
<b>Talla S</b>					
Blusa	1,78	0,19	1,90	0,47	4,34
Camisa	1,99	0,17	1,69	0,47	4,32
<b>Talla M</b>					
Blusa	1,89	0,19	1,94	0,47	4,49
Camisa	2,08	0,17	1,65	0,47	4,37
<b>Talla L</b>					
Blusa	1,98	0,20	1,98	0,47	4,62
Camisa	2,16	0,17	1,73	0,47	4,54
<b>Talla XL</b>					
Blusa	2,06	0,20	2,02	0,47	4,75
Camisa	2,25	0,17	1,78	0,47	4,66

**Fuente:** Tablas N° 81,92 y 95

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

**Tabla N° 139 Margen de contribución**

<b>Talla</b>	<b>Cantidad (unidades)</b>	<b>Precio de venta unitario</b>	<b>Costo variable unitario</b>	<b>Margen de contribución</b>
<b>Talla S</b>	<b>1.763</b>			
Blusas	<b>803</b>	12,02	4,34	7,68
Camisas	<b>959</b>	11,76	4,32	7,44
<b>Talla M</b>	<b>1.622</b>			
Blusas	<b>739</b>	12,28	4,49	7,79
Camisas	<b>882</b>	12,02	4,37	7,65
<b>Talla L</b>	<b>1.763</b>			
Blusas	<b>803</b>	12,60	4,62	7,98
Camisas	<b>959</b>	12,49	4,54	7,96
<b>Talla XL</b>	<b>1.551</b>			
Blusas	<b>707</b>	12,83	4,75	8,08
Camisas	<b>844</b>	12,49	4,66	7,83
<b>Total</b>	<b>6.698</b>		<b>Promedio blusas</b>	<b>7,88</b>
			<b>Promedio camisas</b>	<b>7,72</b>

**Fuente:** Tabla N° 137,138

**Elaborado por:** Yesenia López

**Año:** 2016

### Punto de equilibrio en unidades

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades es la siguiente:

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Margen de contribución}}$$

**Para blusas:**

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{25.977,88}{7,88}$$

$$PE \text{ (unidades)} = 3.295$$

**Para camisas:**

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{25.977,88}{7,72}$$

$$PE \text{ (unidades)} = 3.365$$

El punto de equilibrio en unidades indica que en este nivel de producción la microempresa empezará a recuperar los costos totales.

### Punto de equilibrio en dólares

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \left( \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}} \right)}$$

$$PE \text{ (unidades)} = \frac{25.977,88}{1 - \left( \frac{38.370,00}{82.339,58} \right)}$$

$$PE \text{ (unidades)} = 48.647,45$$

El punto de equilibrio de la microempresa es de 48.647,45 dólares que debe vender en el año, lo que indica que con una producción mínima de 3.295 blusas y 3.365 camisas para el primer año la microempresa no tendrá ni pérdidas ni ganancias.

○ **Resumen de evaluación financiera**

**Tabla N° 140 Resumen de evaluación financiera**

<b>Evaluable</b>	<b>Valor</b>
VAN	11.013,64
TIR	19,62%
TRM	13,66%
BENEFICIO COSTO	3,40
TASA B/C	1,71
R. CORRIENTE	4,01
R. REAL	4,06
PUNTO DE EQUILIBRIO	48.647,45

**Fuente:** Estudio de Financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

El proyecto es factible debido a que el VAN y la TIR son valores favorables para los inversionistas, el beneficio costo señala que habrán utilidades y también que el valor invertido se recuperará en el año cuatro.

### **5.9. Análisis con la tasa de inflación**

Los cálculos realizados anteriormente son con la tasa de inflación del mes de abril del año 2015 que para ese entonces era del 4,32%, aquí se muestra un resumen del breve cálculo que se realizó con la tasa de inflación del mes de diciembre del año 2015 que es del 3,38%, los cambios se realizaron en las proyecciones de los costos de las materias primas, en algunos rubros de los costos indirectos de fabricación, en los evaluadores económicos y otros que afectan al resultado del presente proyecto. En el cuadro siguiente se muestra el resultado del cómo afecta la inflación en los evaluadores económicos.

**Tabla N° 141 Resumen de evaluación financiera - tasa de inflación actualizada**

<b>Evaluador</b>	<b>Valor</b>
VAN	14.862,84
TIR	20,44%
TRM	12,64%
BENEFICIO COSTO	3,47
TASA B/C	1,79
R. CORRIENTE	3,40
R. REAL	4,06
PUNTO DE EQUILIBRIO	48.498,08

**Fuente:** Estudio de Financiero  
**Elaborado por:** Yesenia López  
**Año:** 2016

Con relación a la inflación del mes de abril y diciembre el VAN varia ya que con el 4,32% de inflación tenemos un valor actual neto de 11.013,64 mientras que con el 3,38% se tiene 14.862,84 de valor actual neto, esto quiere decir que esta inflación no afecta en gran medida a este estudio de factibilidad debido a que si la inflación baja es más rentable ya que los costos de producción bajan y eso genera mayor rentabilidad o en otros casos si la tasa de inflación aumenta no generaría rentabilidad debido a que el precio de los materiales serían aún más altos. De la misma manera la TIR aumenta en un pequeño porcentaje lo cual quiere decir que sigue siendo rentable, también; el periodo de recuperación del dinero sería menor ya que se recuperaría en el tercer año.

### **5.10. Análisis del estudio financiero**

El estudio financiero permite determinar si el proyecto es factible o no, para ello se realizaron cálculos proyectados para ingresos, costos y gastos que incurrirán en la elaboración de las prendas de vestir, luego someter a los cálculos de la evaluación financiera y obtener el VAN y TIR que son los evaluadores que determinan si el proyecto es aceptable o no. Según los datos arrojados en este capítulo se tiene como inversión inicial de 54.180,72 dólares financiado el 68,76% por la Corporación Financiera Nacional y la diferencia con el aporte propio. El estado de resultados muestra que es una microempresa rentable ya que cada año obtiene utilidades, también; se puede decir que a partir del cuarto año ya supera la base de 100.000,00 dólares lo cual muestra que se convertiría en una pequeña empresa. El VAN de este proyecto es un valor considerable ya que la tasa de la TIR es del 19,62% el cual significa que el VAN se vuelve cero o también que la TIR es mayor que la TRM, con estos datos obtenidos nos indica que el proyecto de factibilidad para la “Creación de una microempresa dedicada a los producción y comercialización de blusas y camisa a base de hilo de fibra de cabuya en la comunidad Kichwa San Juan Alto en la ciudad de Otavalo – provincia de Imbabura” es viable.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Análisis interno de la microempresa

##### 6.1.1. Nombre comercial

CABUTEX es una microempresa que se dedicará a la producción y comercialización de prendas de vestir con bordados a base de hilos de fibra de cabuya e hilos comunes de algodón, el nombre claramente fue escogido por el tipo de producto: CABU se refiere a la fibra de cabuya y TEX a las prendas de vestir (Textil).

##### 6.1.2. Razón social

La microempresa se creará como una persona natural no obligados a llevar contabilidad debido a que en los tres primeros años no superan la base establecida en ventas por el SRI, además contará con permisos de funcionamiento para estar legalmente constituida en el campo textil.

##### 6.1.3. Logotipo

*Gráfico N° 50 Logotipo*



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

#### **6.1.4. Misión**

Cabutex es una microempresa productora y comercializadora de blusas y camisas bordadas a mano a base de hilo de fibras naturales, con diseños y colores llamativos que brinde a sus consumidores productos de calidad de acuerdo a sus gustos y preferencias.

#### **6.1.5. Visión**

En el año 2020 será una microempresa de prestigio, con buena participación en el mercado, brindando productos de calidad y reconocimiento en el campo de los bordados a mano con fibras naturales.

### **6.2. Objetivos organizacionales**

#### **6.2.1. Objetivo general**

Elaborar un organigrama estructural que permita tener una adecuada distribución de funciones.

#### **6.2.2. Objetivos específicos**

- Brindar constante capacitación a los trabajadores para ofrecer productos innovadores.
- Seleccionar la materia prima adecuada para ofrecer productos de calidad.
- Comercializar productos bordados a mano actualizándose constantemente en los gustos y preferencias de los consumidores.
- Buscar el crecimiento tanto dentro y fuera de la microempresa logrando así un desarrollo en cada una de las actividades.

### **Políticas**

- Trabajar en un ambiente adecuado con recursos necesarios para tener productos de calidad aptos para la comercialización.
- Dar un buen trato a los trabajadores y entregar servicio de calidad para la venta de los productos.
- Constante actualización en la moda y diseño de las prendas de vestir.



## Principios

- Innovación
- Calidad
- Liderazgo
- Atención al cliente
- Eficiencia en las actividades

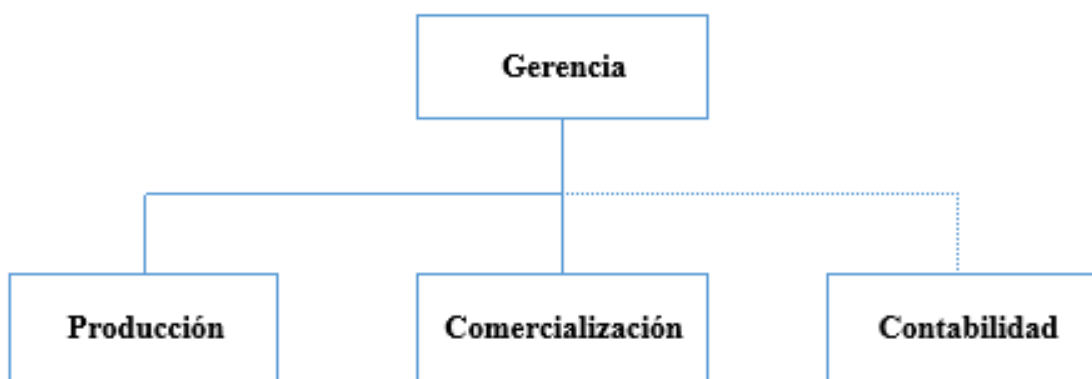
## Valores

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Disciplina
- Creatividad
- Cooperación

## 6.3. Organización estructural y funcional de la microempresa

### 6.3.1. Organigrama estructural

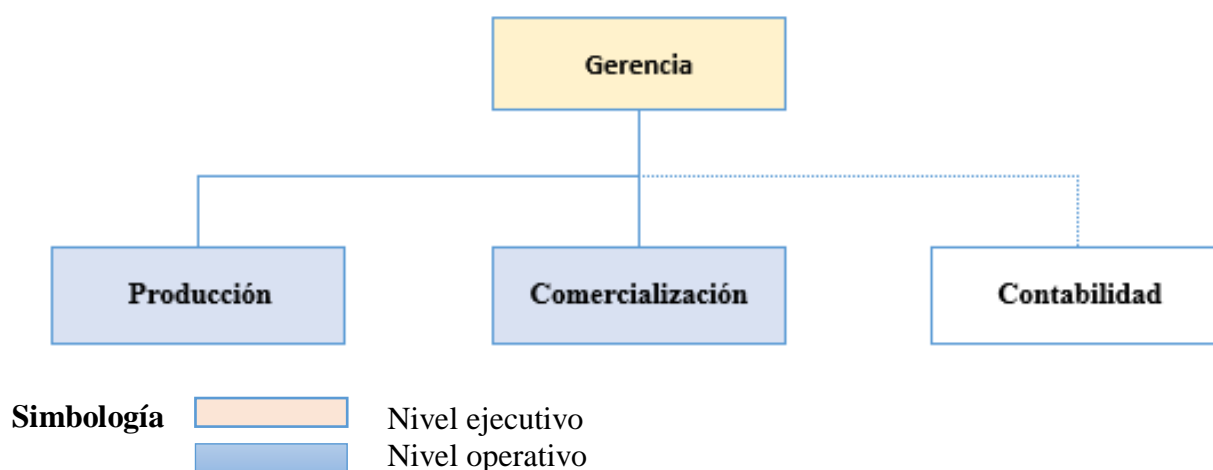
*Gráfico N° 51 Organigrama estructural*



### Simbología

- Línea de mando permanente  
 - - - - - Línea de mando temporal

**Gráfico N° 52 Niveles administrativos**



Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

### ○ **Nivel ejecutivo**

Está compuesto por el propietario de la microempresa quien pasa a ser directamente el gerente propietario, quien será el representante legal y el encargado de velar por el buen funcionamiento de la microempresa y el buen ambiente laboral.

### ○ **Nivel operativo**

Está compuesto por cinco trabajadores, cuatro personas están dedicados a la producción y una persona a la comercialización del producto, todas estas personas están a cargo de velar por obtener un producto de calidad y necesariamente la venta de los mismos. El área de contabilidad está a cargo de una persona que trabaja bajo la prestación de servicios profesionales.

### 6.3.3. Perfiles y funciones del personal

*Tabla N° 142 Perfil y funciones del gerente*

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Gerente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>• Administrador de empresa.</li> <li>• Selección de personal.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Delegación de funciones.</li> <li>• Evaluación del desempeño.</li> <li>• Ordenar y autorizar. compras y pagos.</li> <li>• Control financiero.</li> <li>• Ejecutar transacciones comerciales con los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo.</li> <li>• Estabilidad emocional.</li> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Buen manejo de relaciones humanas.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Proactivo.</li> </ul>	<p><b>Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional.</li> <li>• Honestidad.</li> <li>• Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de toma de decisiones.</li> <li>• Capacidad para negociar.</li> <li>• Iniciativa para crear nuevos mercados.</li> <li>• Manejo de riesgos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios en Administración de empresas, economía o afines.</li> <li>• Mínimo un año en cargos similares.</li> <li>• Actividades comerciales o relacionadas con la práctica empresarial.</li> <li>• Capacitación actualizada.</li> <li>• Manejo básico del inglés.</li> <li>• Manejo de sistemas informáticos.</li> <li>• Poli funcionales.</li> </ul>

**Tabla N° 143 Perfil y funciones del contador**

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Contador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar en constante actualización con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines de su cargo.</li> <li>• Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley.</li> <li>• Tener la documentación del control contable al día.</li> <li>• Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos.</li> <li>• Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos.</li> <li>• Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.</li> <li>• Ordenar los documentos de Cabutex.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de su trabajo.</li> <li>• Seguridad y firmeza.</li> <li>• Ética moral y profesional.</li> </ul>	<b>Genéricas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de trabajo.</li> <li>• Compromiso</li> <li>• Ética.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Contador legalmente autorizado y afiliado al respectivo Colegio Profesional.</li> <li>• Experiencia en manejo de sistemas contables.</li> <li>• Edad mínima 25 años.</li> <li>• Experiencia en cargos similares y trato con el personal.</li> </ul>
			<b>Específicas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dominio de procedimientos, usos y prácticas.</li> <li>• Trámites y legalizaciones del servicio de rentas internas.</li> <li>• Pensamiento analítico</li> <li>• Organización de la información.</li> </ul>	

**Tabla N° 144 Perfiles y funciones del cortador**

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Cortador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recibir los materiales directos e indirectos y distribuirlo en cada área.</li> <li>Selección del color de la tela.</li> <li>Traslado de la tela al área de corte.</li> <li>Selección del modelo y talla a cortar.</li> <li>Desenrollar la tela.</li> <li>Tendido de la tela en la mesa de corte.</li> <li>Doblado de la tela.</li> <li>Trazado con tiza sobre el borde del molde y corte de la tela.</li> <li>Ayudar a ubicar los productos en el área de bodega y distribuir a los locales de comercialización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo a presión.</li> <li>Manejo adecuado de las materias primas.</li> <li>Control y responsabilidad en la calidad del producto.</li> <li>Traslado de los productos terminados al área de ventas.</li> </ul>	<p><b>Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprometido.</li> <li>Honestidad.</li> <li>Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidad para sacar nuevos modelos.</li> <li>Disciplina laboral.</li> <li>Innovador.</li> <li>Creativo.</li> <li>Permanente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento en diseños y modas.</li> <li>Disponibilidad de tiempo completo.</li> <li>Aptitud positiva.</li> <li>Experiencia mínima de un año.</li> <li>Manejo de la maquinaria para el corte perfecto.</li> <li>Poli funcionales.</li> </ul>

**Tabla N° 145 Perfiles y funciones de las cosedoras**

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Cosedoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confección de las piezas pequeñas.</li> <li>• Unión de la pieza delantera y espaldar con las piezas pequeñas.</li> <li>• Doblado y cosido de los bordes de la prenda.</li> <li>• Adecuación de ojales en las prendas y etiquetado.</li> <li>• Prendas semi terminada.</li> <li>• Limpieza de hilos, adecuación de accesorios en las prendas después de bordar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Alta creatividad.</li> <li>• Buenos modales</li> <li>• Cumplimiento de la producción establecida.</li> </ul>	<p><b>Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprometido.</li> <li>• Responsable.</li> </ul> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez en la confección.</li> <li>• Visualización rápida de las piezas para las uniones.</li> <li>• Manejo de las maquinarias.</li> <li>• Capacidad técnica en la producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en confección de prendas de vestir.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo completo.</li> <li>• Aptitud positiva</li> <li>• Conocimiento de las maquinarias.</li> <li>• Poli funcionales.</li> <li>• Experiencia mínima de un año.</li> </ul>

**Tabla N° 146 Perfiles y funciones de las bordadoras**

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Bordadoras</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación del tipo de bordado.</li> <li>• Selección del color.</li> <li>• Ingreso de la prendas al tambor.</li> <li>• Combinación de hilos dependiendo al diseño.</li> <li>• Bordado a mano en las prendas.</li> <li>• Decoración de las prendas.</li> <li>• Planchado y doblado de las prendas.</li> <li>• Colocar en empaques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Alta creatividad.</li> <li>• Buenos modales.</li> <li>• Aptitud positiva.</li> <li>• Rapidez en los bordados.</li> </ul>	<p><b>Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprometido.</li> <li>• Responsable.</li> </ul> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad en los bordados.</li> <li>• Manejo de las agujas y tambores.</li> <li>• Creativo en la combinación de colores en los bordados.</li> <li>• Visualización rápida en el diseño a bordar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento en bordados a mano.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo completo.</li> <li>• Aptitud positiva.</li> <li>• Poli funcionales.</li> <li>• Experiencias de un año.</li> </ul>

**Tabla N° 147 Perfiles y funciones del vendedor**

Puesto	Función	Perfil	Competencias	Requisitos
<b>Vendedora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recepción de las prendas.</li> <li>Registro de la cantidad trasladada.</li> <li>Colocación de las prendas en las perchas y vitrinas.</li> <li>Venta de las prendas</li> <li>Facturación.</li> <li>Enviar factura y producto al cliente.</li> <li>Registro en la computadora la cantidad vendida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajo bajo presión.</li> <li>Alta creatividad.</li> <li>Buenos modales.</li> <li>Aptitud positiva.</li> <li>Manejo de documentos y Excel.</li> <li>Ético y transparente.</li> </ul>	<p><b>Genéricas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comprometido.</li> <li>Responsable.</li> <li>Ágil.</li> <li>Activa.</li> <li>Atenta.</li> </ul> <p><b>Específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Confiabilidad.</li> <li>Registro de las prendas ingresadas.</li> <li>Creativo en la ubicación de las prendas en las perchas.</li> <li>Buena atención a los clientes.</li> <li>Conocimiento de los precios de cada producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento de Excel y Word.</li> <li>Disponibilidad de tiempo completo.</li> <li>Aptitud positiva.</li> <li>Experiencias de seis meses.</li> <li>Buena presencia.</li> <li>Buenas relaciones con las personas externas.</li> </ul>



## **6.4. Aspectos legales de la microempresa**

### **6.4.1. Marco legal**

Para ser una microempresa legalmente constituida en la sociedad debe cumplir con varios requisitos fundamentales para el buen funcionamiento.

**Nombre comercial:** “Cabutex”

**Razón social:** Yesenia Janeth López Matango.

**Ruc:** 1003861190001.

**Ubicación microempresa:** San Juan Alto.

**Ubicación local:** Calle Sucre entre Salinas y Quiroga.

**Desarrollo de actividades:** Producción y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano a base de hilos de fibra de cabuya.

La microempresa estará inmersa a cumplir obligaciones tributarias como el pago del Impuesto a la renta si supera la base y según la legislación laboral deben repartir el 15% de las utilidades a los trabajadores.

### **6.4.2. Requisitos para constituir una microempresa**

Para obtener los permisos de funcionamiento para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad debe cumplir con estos requisitos:

#### **Registro único de contribuyentes (RUC)**

- Original y copia de cédula de identidad
- Copia de la papeleta de votación
- Planilla de luz, agua o teléfono del domicilio
- Planilla de luz, agua o teléfono para arrendamiento de un local comercial

## **Permiso de bomberos**

Se obtiene en la unidad del cuerpo de bomberos de la ciudad de Otavalo ya que este paso es un requisito muy fundamental para seguir con el trámite siguiente de la patente municipal.

- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del impuesto predial
- Hoja de inspección (al momento de realizar la inspección la microempresa o el local debe tener: un extintor de 10 libras PQS, un detector de humo y números de emergencia.
- Plan de contingencia si lo requiere.

## **Patente municipal**

En el área de rentas del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Otavalo se realiza el respectivo trámite para el cual se requiere los siguientes requisitos:

- Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.
- Copia de RUC actualizado (en caso de poseerlo).
- Copia de la declaración del impuesto a la renta del año anterior (para quienes estén obligadas a declarar y hayan cumplido un periodo fiscal de funcionamiento).
- Copia de la última declaración del IVA (para quienes no están obligadas a declarar el impuesto a la renta).
- Informe de uso de suelo, para establecimientos de diversión, de expendio de alimentos, mecánicas, talleres, artesanales, carpinterías, industrias y otros de naturaleza similar.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Copia del pago de impuesto predial del año en curso.

- Si el local es arrendado traer la copia de contrato de arriendo.
- En caso de ser artesano calificado debe presentar:
  - Copia de la calificación artesanal actualizada, otorgada por la Junta Nacional de Defensa de Artesano o de Acuerdo del Ministerio de Industrias y Productividad.
  - Adquirir formulario de exoneración de impuestos en recaudación.
  - Si en el sistema ya consta exonerado, presentar copia de la calificación artesanal.

### **Permiso de uso de suelo**

- Oficio dirigido al director de planificación.
- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Croquis del proyecto con los datos detallados de acuerdo a su finalidad.
- Coordinar fecha de inspección.
- Pago de impuestos predial actualizado.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Si es local arrendado traer el contrato de arrendamiento y si es propio la copia de la escritura.

### **6.5. Aspectos laborales de la microempresa**

- Contar con implementos necesarios para la manipulación de objetos o maquinarias.
- Usar en cada paso los implementos dados por la microempresa.
- Contar con señaléticas que muestren los lugares de peligro.
- Tener detectores de humo y extintores.
- Mantener aseado el puesto de trabajo

## **6.6. Análisis del estudio organizacional**

Con el estudio organizacional se pudo determinar el análisis interno de la micro empresa como: el nombre comercial Cabutex, la razón social, la imagen del negocio conocido como: logotipo, misión, visión, principios, valores sobre todo el organigrama estructural que permitió desglosar: perfiles, funciones, requisitos y las competencias de cada empleado, además se supo manifestar el marco legal para la conformación del negocio, los requisitos necesarios para la constitución de la misma, cumpliendo con todos los parámetros establecidos del Gobiernos Autónomo descentralizado de Otavalo, requisitos del SRI, cuerpo de bomberos y entre otros aspectos legales.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los principales impactos para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas y camisas en la comunidad Kichwa San Juan Alto va encaminada a generar fuentes de empleo, mejorar la calidad de vida de las personas, innovación y creatividad, incentivos en costumbres y tradiciones, buen trato a los clientes entre otros. Y de acuerdo a estos puntos se mencionan los principales impactos: social, económico, cultural, empresarial y turístico.

#### Tabla de valoración de impactos

*Tabla N° 148 Valoración de impactos*

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Alto negativo	-3
Medio Negativo	-2
Bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Bajo positivo	1
Medio positivo	2
Alto positivo	3

Elaborado por: Yesenia López

Año: 2016

## 7.1. Impacto social

**Tabla N° 149 Impacto social**

Número	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Beneficio a la sociedad						x		2
2	Satisfacción de los clientes							x	3
3	Mejor calidad de vida							x	3
<b>Total</b>							<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

$$\text{Impacto social} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Impacto social} = 2,67$$

### Análisis

#### Beneficio a la sociedad

La actividad artesanal en la comunidad Kichwa San Juan Alto ha sido una de las principales actividades que sostienen a una gran cantidad de familias, ya que estas actividades han sido un eje principal de trabajo y sobrevivencia dentro de los pueblos Kichwas.

#### Satisfacción de los clientes

Las prendas elaboradas de manera artesanal son los que satisfacen distintos gustos y preferencias de los turistas ya que estos buscan productos bordados netamente a mano.

#### Mejor calidad de vida

El impacto social repercute de manera activa para mejorar la calidad de vida de los grupos familiares, contribuyendo al desarrollo social de la comunidad, además; con la socialización y el mejor trato a los consumidores impulsará el turismo nacional e internacional.

## 7.2. Impacto económico

**Tabla N° 150 Impacto económico**

Número	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Generación de fuentes de empleo							x	3
2	Mejoramiento de la economía local						x		2
3	Rentabilidad						x		2
<b>Total</b>							<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

$$\text{Impacto económico} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto económico} = 2,33$$

### Análisis

#### Generación de fuentes de empleo

Con la creación de la microempresa ayudará a mejorar el estilo de vida de las familias con un trabajo y sueldo digno, brindando estabilidad laboral y principalmente reduciendo el desempleo.

#### Mejoramiento de la economía local

Mediante la producción de prendas de vestir artesanales en la comunidad Kichwa San Juan Alto impulsará al cambio de la matriz productiva que actualmente el gobierno hace énfasis al respecto, cada individuo mostrando esfuerzo y contribuyendo al desarrollo económico del sector.

#### Rentabilidad

La producción de estos artículos será de beneficio económico ya que generará rentabilidad en la microempresa, el cual será un punto a favor para el crecimiento del mismo.

### 7.3. Impacto cultural

**Tabla N° 151 Impacto cultural**

Número	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Preferencia de productos artesanales							x	3
2	Incentivo de costumbres y tradiciones						x		2
3	Exposición del producto						x		2
<b>Total</b>							<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

$$\text{Impacto cultural} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto cultural} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto cultural} = 2,33$$

#### Análisis

##### Preferencia de productos artesanales

Para el desarrollo productivo de un pueblo indígena es que los turistas prefieran productos elaborados de manera artesanal con bordados a mano y materiales propios del pueblo Ecuatoriano, además; que sean hechos de calidad.

##### Incentivo de costumbres y tradiciones

La cultura es un factor que identifica a cada pueblo Kichwa. Las costumbres y tradiciones son atractivas para los turistas tales como: convivencias, uso de vestimentas tradicionales, las creencias, la gastronomía, las costumbres y las fiestas de los indígenas que mantienen vivo la cultura de los pueblos.

##### Exposición del producto

Brindando información hacia los turistas acerca de los significados de los diseños en las prendas bordadas a mano son como adentrarse en la cultura de un pueblo Kichwa.



## 7.4. Impacto empresarial

**Tabla N° 152 Impacto empresarial**

Número	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Manejo de recursos						x		2
2	Innovación y creatividad							x	3
3	Ambiente laboral						x		2
<b>Total</b>							<b>2</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto empresarial} = 2,33$$

### Análisis

#### Manejo de recursos

Este impacto ayudará a evaluar el grado de interrelación que tiene el empleador con el empleado, también se dará seguimiento al cumplimiento de los estándares de calidad, efectividad, eficacia, uso adecuado de materiales al momento de elaborar las prendas de vestir.

#### Innovación y creatividad

La creación de nuevos diseños y modelos en las prendas de vestir hace que los productos sean distintos a los de la competencia, sobre todo la calidad.

#### Ambiente laboral

El desarrollo de habilidades mediante una constante capacitación para el correcto desenvolvimiento en los distintos campos de trabajo.

## 7.5. Impacto Turístico

*Tabla N° 153 Impacto turístico*

Número	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1	Visita de turistas							x	3
2	Atención al cliente							x	3
<b>Total</b>								<b>6</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Yesenia López  
Año: 2016

$$\text{Impacto turístico} = \frac{\text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto turístico} = \frac{6}{2}$$

$$\text{Impacto turístico} = 3$$

### Análisis

#### Visita de turistas

Otavalo tiene gran acogida de turistas nacionales y extranjeros quienes diariamente realizan compras de productos artesanales, siendo un punto a favor para que estos visiten Cabutex y encuentren lo mejor en ropa bordada a mano con fibra de cabuya y algodón.

#### Atención al cliente

Los turistas que visiten el punto de venta en la ciudad de Otavalo también tendrán la oportunidad de visitar la propia fábrica, en dónde; podrán escoger productos de acuerdo a sus gustos y preferencias con una buena atención al cliente.

## **7.6. Análisis de impactos**

Los indicadores de cada impacto afectan de una u otra manera a la factibilidad del estudio, debido a que cada indicador tiene una puntuación distinta dependiendo al grado de afección ya sea positiva o negativamente. En este caso se determinó el resultado de la ponderación de cada impacto teniendo como resultado una valoración medio positiva y alta positiva; el análisis de cada indicador permitió conocer las bondades con las que cuenta el presente estudio ya que algunos tienen puntuaciones altas.

## CONCLUSIONES

Con el diagnóstico situacional se pudo determinar las principales costumbres, tradiciones, producciones artesanales principalmente el turismo en la ciudad de Otavalo, para finalmente determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

El marco teórico ayudó a comprender los conceptos de las palabras claves que forman parte de este proyecto, de esta manera acoplar las bases científicas con la creación de la microempresa Cabutex.

Con el estudio de mercado se pudo determinar la oferta de las prendas de vestir bordadas a mano en la ciudad de Otavalo correspondiente a 661.479 unidades al año, frente a una demanda significativa de 735.897 unidades al año, determinando por ende una demanda potencial a satisfacer de 74.418 unidades de la cual se puede aprovechar desde el tres al nueve por ciento para producir un cierto número de unidades. Además, con este estudio se pudo tener una visualización clara de los modelos y diseños de las prendas a producir conociendo los gustos y preferencias de los consumidores para estar de acorde a la moda cambiante.

Con el estudio técnico se pudo determinar el lugar de ubicación de la planta, el tamaño, disponibilidad de materia prima, la capacidad, proveedores entre otros. La microempresa estará ubicado en la comunidad San Juan Alto vía Quichinche cerca de la ciudad de Otavalo, este lugar es propicio para la creación de la microempresa debido a su fácil acceso y transportación de la materia prima. Además el punto de venta estará ubicado en el centro de Otavalo en la calle Sucre entre Salinas y Quiroga, es un sitio donde existe gran afluencia de turistas debido a la cercanía de la plaza de los ponchos.

Mediante el análisis financiero se determinó que el proyecto de la creación de la microempresa Cabutex es factible. De acuerdo a los cálculos financieros se pudo identificar un valor actual neto correspondiente a 11.013, 64 y la tasa interna de retorno del 19,62% el cual muestra valores significativos y favorables para el inversionista. Además se efectuó el cálculo con la tasa de inflación del mes de abril y diciembre del mismo año y se realizó una comparación con los valores anteriores y actuales, de acuerdo a los resultados arrojados la tasa de inflación no afecta al presente estudio.

Con el estudio organizacional se pudo armar la misión, visión, principios, valores sobre todo el organigrama estructural que permitió desglosar perfiles, funciones, requisitos y las competencias de cada empleado para tener un mejor desenvolvimiento en la organización.

Con el último capítulo se determinó el resultado de la ponderación de cada impacto teniendo como resultado una valoración de medio positivo y alto positivo, también; se realizó un análisis de cada indicador para conocer las bondades con las que cuenta el proyecto.

## RECOMENDACIONES

Aprovechar al máximo, el nivel de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo para realizar diferentes actividades principalmente para la compra de artesanías, ofertando productos de calidad y a precios accesibles.

Conocer más a fondo el apoyo que brinda el gobierno nacional a través del Ministerio de industrias y productividad (MIPRO) para que Cabutex pueda ofertar productos en ferias, en páginas web y con una cierta posibilidad para exportar. La microempresa deberá asistir a las capacitaciones que brinda el centro de fomento productivo en la fábrica Imbabura ubicada en Andrade Marín, donde; brindará capacitaciones acerca de la calidad de los productos y ayudará de esa manera a los microempresarios a ser reconocidos en el mercado.

Las fuentes bibliográficas deberán ser actualizadas sobre todo en los bordados a mano y fibras de cabuya, para tener un conocimiento más profundo y actual de lo que se habla en el proyecto.

Cabutex deberá realizar constantes investigaciones de campo para conocer los gustos y preferencias de los consumidores y de esa manera sobrepasar al mercado competidor ofertando productos de calidad con nuevos diseños y modelos.

Realizar convenios con el ministerio de turismo de Otavalo para que los funcionarios de este organismo brinden información a los turistas acerca de la fábrica Cabutex, lugares turísticos no muy reconocidos para que puedan realizar tours de visitas a diferentes lugares.

La microempresa deberá brindar constante capacitación tanto a operarios como administrativos para que el nivel de rendimiento aumente, además; brindando incentivos, inculcando valores para que Cabutex sea reconocida en la buena atención al cliente, además; deberá entregar un manual de funciones a cada empleado para que no exista duplicidad de funciones. También, deberá buscar proveedores directos de los materiales con precios más bajos para la elaboración de los productos, pero sin alterar el producto final.

La microempresa deberá extender puntos de venta para ofertar productos bordados a mano, así también ampliar la estructura física de Cabutex para cubrir la demanda potencial futura.

Deberá realizar un constante análisis de los evaluadores financieros para estar al pendiente de la realidad de la microempresa sin correr el riesgo de tener pérdidas.

Contar con un plan de contingencias para mitigar riesgos, evitando impactos negativos y de esa manera cumpliendo a cabalidad los objetivos planteados por la microempresa.

Cabutex deberá realizar un seguimiento constante en el cumplimiento de los objetivos evitando que se produzca posibles impactos negativos que perjudiquen el buen desenvolvimiento de la microempresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aceldo, L. (28 de 05 de 2015). Técnico de Comunicacion Social. (Y. López, Entrevistador)
- Araujo Arevalo, D. (2012). Proyectos de Inversión. Análisis, Formulación y Evaluación Practica (Primera ed.). México, México, Argetina,España, Colombia, Puerto Rico, Venezuela: Trillas.
- Campoy, D. (2010). Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa. España: Ideas Propias Editorial S.L.
- Chacón, P. (07 de 12 de 2010). Clasificación de la PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por Comunidad Andina en la resolución 1260 y la legislación interna vigente. Obtenido de Boletines N° 12: <http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12.%20Resolucion%20SUPER%20CIAS%20PYMES%20-%20SC-INPA-UA-G-10-005.pdf>
- Comunidad Andina de Naciones. (02 de 12 de 2013). Pequeños Negocios, Gran Potencial. Las claves de las MiPymes. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html>
- Cordoba Padilla, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Díaz Cruz, M. C., Parra Hernandez, R., & López Castañeda, L. M. (2012). Presupuestos. Enfoque para la planeación financiera (Primera ed.). Colombia, Colombia: Pearson Education.
- Diccionario de la lengua española, S. y. (2013). The free Dictionary. Obtenido de The free Dictionary: <http://es.thefreedictionary.com/blusa>



- Dictionaries, O. (s.f.).  
<http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/blusa>. Obtenido de <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/blusa>
- Durán Portillo, D. (2014). UF1033: Personalizaciones en prendas de vestir. IC Editorial.
- Ecuador Legal. (02 de 01 de 2015). Derechos y Obligaciones del Trabajador y Empleador. Obtenido de Ecuador Legal Online: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/obligaciones-derechos-como-empleador-y-empleado/>
- El norte. (16 de 01 de 2014). Mipro invita a pequeñas empresas a registrarse. Obtenido de El norte: <http://www.elnorte.ec/ibarra/comunidad/45141-mipro-invita-a-peque%C3%B1as-empresas-a-registrarse.html>
- Estévez Medina, A. (09 de 06 de 2012). Cabuya. Obtenido de Medicina Tradicional Dominicana: <http://lamedicinatradicionaldominicana.blogspot.com/2012/06/cabuya-furcraeahexapetala-arcenio.html>
- Fransisco, M. (04 de 2012). ¿ Eres microempresario? Estos son los impuesto que tienes que cumplir. Obtenido de Cuida tu futuro: <http://cuidatufuturo.com/2012/04/si-eres-microempresario-y-te-preocupa-el-pago-de-impuestos-lee-esto/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Otavalo. (31 de 04 de 2015). Requisitos para obtener la Patente Municipal. (L. M. Janeth, Entrevistador)
- INEN, I. e. (2013). INEN. Obtenido de INEN: [http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/rte\\_vigente/REGLAMENTOS%2012-02-2014/RTE-013-1R.pdf](http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/rte_vigente/REGLAMENTOS%2012-02-2014/RTE-013-1R.pdf)
- Izar Landeta, J. M. (2013). Ingeniería Económica y Financiera. México: Trillas.

- Legal, E. (02 de 01 de 2015). Afiliación al IESS. Obtenido de Ecuador Legal Online: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/afiliacion-al-liess/>
- Legislación Codificada. (2014). Ley de Compañías. Legislación Conexa, Concordancias. Quito, Ecuador: Talleres de la corporación de estudios y publicaciones.
- Mankiw N, G. (2015). Microeconomía, Versión para América Latina (Sexta ed.). Harvard University: Cengage Learning.
- Martínez Aguirre, G. (2012). La ingeniería en la industria de la confección. Sistemas de Producción textil. Patrones, materiales y equipos de costura. Controles de calidad (Primera ed.). México, México: Trillas.
- Méndez Morales, J. (2012). La economía en la empresa. En la sociedad del conocimiento. (Cuarta ed.). México, México: F.T.S.A DE C.V.
- Meza Orozco, J. (2013). Evaluación financiera de proyectos. 10 casos prácticos resueltos en excel (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: EcoEdiciones. Obtenido de [www.ecoediciones.com](http://www.ecoediciones.com)
- Nassir Sapag, C. (2011). Proyectos de inversión. Formulación y evaluación (Segunda ed.). (M. C. Andrade, Ed.) Santiago de Chile, Chile: Pearson Education de Chile S.A.
- Ortega Castro, A. L. (2010). Proyectos de inversión . México : Cecsa.
- Ortega, P. (01 de 06 de 2015). Centro de Fomento Productivo. (Y. López, Entrevistador)
- Palacios Acero, L. (2010). Dirección estratégica (Primera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Peña, M. (06 de 05 de 2009). Corte y confección de ropa para dama. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/biblored20091/diseo-corte-y-confeccion>

- Rodríguez, N. (31 de 04 de 2015). Permiso de Bomberos. (L. M. Janeth, Entrevistador)
- Rosada, L. (s.f.). Fibras Naturales. Obtenido de Casa Rosada Artesanías: <http://www.lanascaserosada.com/productos.html>
- Schnarch K, A. (2013). Marketing para Pymes. Un enfoque para Latinoamérica (Primera ed.). Bogotá: Alfaomega, Colombiana 2013.
- Serrano Rodríguez, J. (2010). Matemáticas financieras y evaluación de proyectos (Segunda ed.). Bogotá: Alfaomega.
- Servicio de Rentas Internas. (2014). Quiénes son las personas naturales. Obtenido de SRI Le hace bien al país: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/31>
- Servicio de Rentas Internas. (31 de 04 de 2015). Requisitos para obtener el RUC. (L. M. Janeth, Entrevistador)
- Torres Salinas, A. (2010). Contabilidad de Costos. Análisis para la toma de decisiones (Tercera ed.). México, México: McGraw Hill/Interamericana Editores. S.S DE C.V.
- Torres Salinas, A. S. (2010). Contabilidad de costos. Análisis para la toma de decisiones (Tercera ed.). Mexico, México: McGraw Hill/Interamericana Editores. S.S DE C.V.
- Vargas Belmonte, A. (2013). Marketing y plan de negocio de la microempresa (Primera ed.). (I. Editorial, Ed.) Antequera Málaga: IC Editorial.
- Vásconez, A. E. (08 de 05 de 2013). INEN. Obtenido de Reglamento técnico ecuatoriano RTE INEN 013:2013: <http://www.comitetextilperu.com/docs/ecuador.pdf>
- ViajandoX.com. (2014). Artesanías en cabuya San Roque. Obtenido de ViajandoX: <http://www.viajandox.com/imbabura/artesantias-cabuya-antonio-ante.htm>

# ANEXOS

### Anexo N° 1 Encuesta dirigida a turistas



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A**  
**TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS**

#### Instrucciones

- Marque con una X según corresponda.
- La información que aquí provea es de carácter confidencial y será utilizada para fines académicos.

#### Objetivo

- Determinar el nivel de aceptación y la demanda potencial de las blusas y camisas bordadas a mano a base de hilo de fibra de cabuya.

#### Preguntas

##### 1- ¿Compra Ud. prendas de vestir artesanales bordadas a mano?

- Si ☐
- No ☐
- A veces ☐

##### 2- ¿Para qué ocasión utiliza este tipo de prenda?

- Para negocio ☐
- Para la casa ☐
- Para hacer deporte ☐
- Para dormir ☐
- Para la playa ☐
- Para reuniones formales ☐

##### 3- ¿Con que frecuencia compra las prendas de vestir? Especifique la cantidad que compra.

Cantidad	1	2	3	4	5
Frecuencia					
Semanal					
Quincenal					
Mensual					
Trimestral					
Anual					

**4- ¿Al realizar la compra que es lo más importante para usted?**

- Precio ☐
- Comodidad ☐
- Calidad ☐
- Moda ☐
- Colores ☐
- Todas las anteriores ☐

**5- ¿Qué colores le gustaría que se combinen en su blusa o camisa?**

- Multicolores ☐
- Colores cálidos ☐
- Colores oscuros ☐
- Colores claros ☐
- Colores pasteles ☐

**6- ¿Qué tipo de prendas compra con mayor frecuencia?**

- Blusas ☐
- Camisas ☐
- Vestidos ☐
- Pantalones ☐
- Todas las anteriores ☐

**7- ¿Qué tallas prefiere en este tipo de prendas? Especifique si es hombre (H) o mujer (M).**

Género	H	M
Frecuencia		
S		
M		
L		
XL		

**8- ¿En qué lugar realiza la compra de estos productos?**

- Locales grandes ☐
- Locales medianos ☐
- Locales pequeños ☐
- Plaza de los ponchos ☐

**9- ¿Cuál es el precio que normalmente Ud. paga por adquirir una prenda de vestir bordadas a mano?**

- Menos de 10,00 USD ☐
- 11,00 a 13,00USD ☐
- 14,00 a 16,00USD ☐
- 17,00 a 20,00USD ☐

**10- ¿Usted estaría dispuesto a comprar blusas y camisas bordadas a mano con hilo de fibra de cabuya e hilos de algodón?**

Sí ☐

No ☐

Debería probarlo ☐

**11- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda de vestir bordadas a mano combinadas con hilo de fibra de cabuya e hilos de algodón?**

**Por una blusa**

8,00 - 10,00USD ☐

11,00 - 13,00USD ☐

14,00 - 16,00USD ☐

**Por una camisa**

10,00 – 12,00USD ☐

13,00 – 15,00USD ☐

16,00 – 18,00USD ☐

**Datos técnicos**

**Edad**

14 – 20 años.....

21 – 30 años.....

31 – 45 años.....

46 – 65 años.....

**Género**

Masculino.....

Femenino.....

**Nacionalidad**

Ecuatoriano.....

Extranjero.....

**Ocupación**

Empleado público.....

Empleado privado.....

Negocio propio .....

Ama de casa .....

Estudiante .....

Otros .....

**Nivel de Ingresos Mensuales**

300,00 – 400,00 USD.....

401,00 – 500,00 USD.....

501,00 en adelante .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo N° 2 Entrevista dirigida a los productores



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES

#### Objetivo

Identificar los aspectos más relevantes en el proceso de producción y comercialización de las blusas y camisas.

Lugar y fecha:.....  
 Dirección: .....  
 Hora: .....  
 Entrevistado: .....  
 Empresa: .....  
 Cargo: .....  
 Profesión: .....  
 Número de Teléfono:.....

#### Cuestionario

1. ¿Qué tipos de productos ofrece su negocio?  
 .....  
 .....
2. ¿Cuál es el proceso de elaboración de las blusas y camisas?  
 .....  
 .....
3. ¿Qué tipos de maquinarias utiliza para la elaboración de estas prendas?  
 .....  
 .....
4. ¿Qué tipo de materiales utiliza en la producción de estos productos?  
 .....  
 .....
5. ¿Cuál es el precio unitario de la blusa y camisa para los turistas?  
 .....  
 .....
6. ¿Cómo realiza la venta de sus productos?  
 .....  
 .....
7. ¿En qué mercados comercializa sus productos?  
 .....  
 .....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



### Anexo N° 3 Encuesta dirigida a los productores



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE PRENDAS DE**  
**VESTIR**

#### Objetivo

Conocer los datos históricos, porcentajes de crecimiento en la producción y los precios de las prendas de vestir.

#### Preguntas

8. ¿Cuál de estos productos tiene mayor demanda?

Blusas ☐

Camisas ☐

9. ¿Cuáles son los datos históricos de los años?

#### Blusas

Año 2012

Año 2013

Año 2014

#### Camisas

Año 2012

Año 2013

Año 2014

10. ¿Cuál es el precio unitario de la blusa y camisa según las tallas para los turistas?

#### Blusas

Talla S

Talla M

Talla L

Talla XL

#### Camisas

Talla S

Talla M

Talla L

Talla XL

11. ¿Qué factores considera Ud. para ser competitivo?

Colores ☐

Precio ☐

Modelos ☐

Calidad ☐

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo N° 4 Ficha de observación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

### FICHA DE OBSERVACIÓN

#### Objetivo

- Identificar los principales competidores de las prendas de vestir artesanales donde se establecen sus principales fortalezas y debilidades.

#### DATOS INFORMATIVOS

Fecha: .....

Evaluador: .....

Empresa observada: .....

Producto Sustituto: .....

Aliado ☐ Competencia ☐

#### Evaluación de atributos

PRENDAS	PRESENTACION				COMENTARIO
	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	
Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

PRENDAS	CALIDAD				COMENTARIO
	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	
Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

PRENDAS	DISEÑOS				DETALLES
	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	
Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

PRENDAS	PRECIO			COMENTARIO
	Alto	Medio	Bajo	
Blusas bordadas				.....
Camisas bordadas				.....

Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

PRENDAS	COMBINACION DE COLORES				COMENTARIO
	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	
Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

PRENDAS	TALLAS XXL - XL - L - M - S				COMENTARIO
	Siempre tiene todas las tallas	A veces tiene todas las tallas	Solo en pedidos tiene todas las tallas	Solo tiene una talla	
Blusas bordadas					.....
Camisas bordadas					.....

## Anexo N° 5 Padrón general de contribuyentes - Registro de patentes y locales

Número Registro	Razón Social Apellidos y Nombres	Ruc	Cédula	Calle Principal	Número	Calle Secundaria	Actividad Económica	Nombre Comercio	Artesano	3 ra Edad	Contabilidad	Estado	Parroquia	Código Propietario
2665	CACHIGUANGO AMAGUANA MARIA	1002123741001	1002123741	BOLIVAR	1116	SALINAS	CONFECCION Y VENTA DE PRENDAS DE	PRODUCTOS PROSANTI	S	N	N	A	OTAVALO	2153
	CABASCANGO ANTONIO			SALINAS		SUCRE	CONFECCION D E PRENDAS DE VESTIR	ALMACEN LA CASCADA	S	N	N	A	JORDAN	
2679	CHUQUIN QUITO MILINTON ADEMAR	1002614608001	1002614608	AVENIDA QUITO	S/N	SUCRE	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	CONFECCIONES CHUQUIN	S	N	N	A	JORDAN	112742
4399	DIAZ PINEDA LUIS ENRIQUE		1002168274	JUAN DE SALINAS	4-11	SUCRE	VENTA DE TEXTILES	TEXTILES DIAZ	S	N	N	A	JORDAN	4375
7461	GOMEZ FLORES MARTHA XIMENA		1709087124	AVENIDA QUITO	S/N	PASAJE MOREANO	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	XIME S	S	N	N	A	JORDAN	5430
3056	GUAMAN YANEZ VICTOR HUGO	0502588239001	0502588239	MODESTO JARAMILLO	S/N	SALINAS	CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR	NINGUNO	N	N	N	A	OTAVALO	119597
284	HUAMAN ISASI EUDOCIA	1720265352001	1720265352	MODESTO JARAMILLO	S/N	JUAN DE DIOS MORALES	VENTA DE ARTESANIAS	MODA ANDINA ORIGINAL	N	N	N	A	JORDAN	27562
269	LEMA LEMA MARIA ESTHELA		1001697836	SALINAS	S/N	BOLIVAR	ARTESANIAS	ARTESANIAS ALY	S	N	N	A	OTAVALO	27554
9362	LEMA LEMA NELLY ALEXANDRA		1001997434	SUCRE	11-12	JUAN DE DIOS MORALES	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR	HECHO A MANO KICHWA MARCA	S	N	N	A	JORDAN	142984
7552	LEMA MALES RUBEN DAVID		1002631644	SUCRE	11-12	CRISTOBAL COLON	FABRICACION DE TEJIDOS Y PRENDAS DE	HECHO A MANO	S	N	N	A	JORDAN	118086
9206	MALDONADO CHAGNA MARIA YOLANDA		1002397436	SUCRE	S/N	AVENIDA QUITO	ARTESANIAS	ARTESANIAS DAQUILEMA	N	N	N	A	JORDAN	40293
266	MATANGO SARAVINO LUCILA		1001995263	JUAN DE SALINAS	402	BOLIVAR 1201	PRENDAS DE VESTIR	CONFECCIONES "HOREB"	S	N	N	A	JORDAN	7707
6832	OYAGATA TUQUERRES CESAR MANUEL		1001977618	QUIROGA	S/N	PASAJE MOREANO	VENTA DE ARTESANIAS	ARTESANIAS OTAVALO	N	N	S	A	JORDAN	8877
4983	SANTELLAN MARIA YOLANDA		1001887973	BOLIVAR	11-02	BOLIVAR	ALMACEN DE PRENDAS DE VESTIR	NINGUNO	N	N	N	A	JORDAN	142217
4958	SANTELLAN LEMA LUIS HUMBERTO		1002262242	JUAN DE SALINAS	S/N	BOLIVAR	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	SANTEX CONFECCIONES	N	N	S	A	JORDAN	11005
6679	JIMBO AMAGUANA JOSÉ RAMIRO		1002265294	JUAN DE DIOS MORALES	412	SUCRE	VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	SHYRIS	N	N	N	A	JORDAN	136029
6611	TONT AQUIMBA LEMA MARIA MATILDE		1001631884	BOLIVAR	14-12	AVENIDA QUITO	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR	YARI ARTESANIAS AYME	S	N	N	A	JORDAN	11846
Código	Nombres	Lugar de nacimiento	Edad	Vida en Otavalo	Tiempo	Nivel educativo	Ha viajado	Nombre del negocio	Almacenes					
1	CHIZA ROSA ELENA	AGATO	40	2	2	PRIMARIA	CHILE	HECHO A MANO	2					
2	CONEJO ELVIA	BOGOTA	30	10	10	SECUNDARIA	COLOMBIA, VENEZUELA	ELVISTEX	2					
3	DE CHUQUIN ZOILA	ANGOCHAGUA	40	24	24	SECUNDARIA	SI	TEJ Y CONF FOLKLORICOS	2					
4	FUENTES SANTIAGO	OTAVALO	21	21	10	SECUNDARIA	CHILE, ARGENTINA, PERU	NINGUNO	1					
5	MAIGUA MARIA DOLORES	COTACACHI	22	3	2	SECUNDARIA	NO	KATARICUNA	1					
6	ARELLANO ANGELITA	SAN JUAN ALTO	46	46	15	SECUNDARIA	NO	NINGUNO	1					
7	LEMA ANA LUCIA	PEGUCHE	16	16	6 SEMANA	SECUNDARIA	COLOMBIA	AYLLUTEX	2					
8	LEMA TAMIA	OTAVALO	23	23	13	SECUNDARIA	NO	CURY NAWI	1					
9	LEMA MERCEDES	OTAVALO	43	43	20	SECUNDARIA	ESPAÑA Y MEXICO	NINGUNO	1					
10	MALDONADO CHAGNA JAIME	PEGUCHE	45	30	6 MESES	PRIMARIA	NO	JJ. M	1					
11	SANTILLAN GUAIAN MERY	QUITO	29	8	5	SECUNDARIA	EUROPA, EEUU	CALLARY	2					
12	MALES LUZ MARIA	OTAVALO	45	15	15	SECUNDARIA	EUROPA, ESPAÑA, ITALIA, ZUIZA	ECUADOR ART	1					
13	MALES LUZ MILA	NATABUELA	28	1	1	PRIMARIA	NO	CREACIONES SAMY	2					
14	MATANGO SARANSIG MERCEDES	SAN JUAN ALTO	42	42	8	PRIMARIA	REPUBLICA DOMINICANA	PRODUCCIONES LOPEZ	1					
15	MORAN MARCO	OTAVALO	28	20	18 MESES	SECUNDARIA	CADANA, EEUU, ESPAÑA, CARIBE	INCAS KRAFT S	1					
16	SANTILLAN LUIS ALBERTO	OTAVALO	34	34	7	PRIMARIA	TODO EUROPA	NO TIENE	1					
17	CORDOVA LUIS	OTAVALO	42	21	8	PRIMARIA	NO	SHUXNINA	1					
18	MARICELA TERAN	COTACACHI	60	3	3	PRIMARIA	NO	NO TIENE	1					
19	TORRES MANUEL	INTAG	50	25	20	PRIMARIA	NO	CONF TORRES	1					

**Fuente:** GAD de Otavalo – Área de rentas – Srta. Daniela Cisneros / Unaimco – Presidente José Lema – Teléfonos: 062 924085/0997604030  
**Año:** 2016

Anexo N° 6 Materiales directos, indirectos, CIF

Materia Prima Directa	Empresa	Ciudad	Proveedor	Cargo	Dirección	Teléfono	Correo electrónico	Unidad de medida	Peso	Precio Unitario
Fibra de cabuya peinada	CABUYA AL POR AYOR Y MENOR	San Roque	Maria Echeveria			062900335				
		San Roque	Miguel Angel Pineda	Dueño	Luis Buitrón	939560907	-	libras	1 libra	\$ 7,00
Tela lienzo	TEXTIL ECUADOR	Quito	Oswaldo Saltos Cedei	Vendedor	Belén Oe 10-32 a 150 m. de la iglesia San Rafael	022878014	-	rollos	11,49 Kg - 1 rollo 50 met	\$ 130,00
Hilo poliester - overlook	ENKADOR	Atuntaqui	Wilma Bolaños	Vendedora	Rio amazónas N° 1212 y Juan de Velasco Esquina	023959260/062909797	<a href="http://www.enkador.com">www.enkador.com</a>	conos	1 libra	\$ 3,36
Hilo chino - recta	IMPORTADORA SANTI	Atuntaqui	Yolanda Santillán	Vendedora	Rio amazónas y Juan de Velasco esquina	0992489517	-	conos	10000 yandas =9144 met	2,3
Hilo de bordar a mano	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	unidad	10 gramos	1

Materia prima indirecta	Empresa	Ciudad	Proveedor	Cargo	Dirección	Teléfono	Correo electrónico	Unidad de medida	Precio Unitario
Botones de tagua	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	miles (1000)	9
Botones de plástico	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	miles (1000)	4,1
Terminales	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	miles (1000)	7
Encaje	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	metros	2,2
Cordón	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	1 libra	4
Elástico 5 lineas normal	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476	-	1/2 libra	1,9
Etiquetas								1000 etiquetas	50
Tallas	ARTESANIAS Y TEXTILES INTY RA	Otavalo	Predo José Males Cad	Dueño	Bolivar 12 -14 entre Quiroga y Salinas	062922476		50 metros	\$ 4,50
Fundas		Colombia						50 unidades	\$ 3,00

Costos indirectos de fabricación	Empresa	Ciudad	Proveedor	Cargo	Dirección	Teléfono	Correo electrónico	Unidad de medida	Precio Unitario
Energía eléctrica	EMELNORTE	Otavalo	EMELNORTE	Asistente	Atahualpa junto al terminal		-		50
Teléfono	CNT	Otavalo	CNT	Asistente	Abdón Caldero´n y Sucre		-		17
Agua potable	SAN JUAN ALTO	Otavalo	Alfonso Pinsag	Presidente	San Juan Alto Centro - Casa Comunal	0979499127	-	litros mensuales	2

Fuente: Investigación propia  
Año: 2016

## Anexo N° 7 Gama de colores

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS VISTA PREVIA PARA LA COMBINACIÓN DE COLORES



#### COLORES CÁLIDOS Y FRÍOS

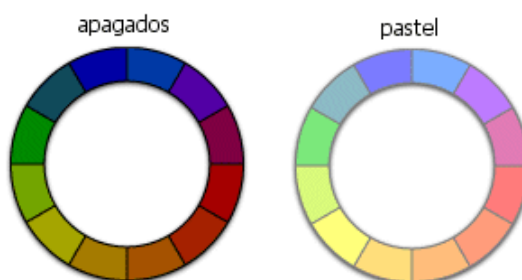


#### COLORES CLAROS Y OSCUROS



#### COLORES PASTELES Y COLORES APAGADOS

##### Colores sucios y colores pastel



#### MULTICOLORES



## Anexo N° 8 Tela lienzo

7882105148741

10049120163 6

**PORTE SEMIA**  
INDUSTRIA PIOLERA S.A.

Artículo: LIENZO HINDU COLORES

Mts.: 50 Kg.: 11.49 Rev.: 869

Fecha: 19/03/2014 23:12:57

RECOMENDACIONES. NO MEZCLAR LOTES

1. En caso de reclamo el cliente deberá presentar esta etiqueta
2. Reversar el estado del contenido antes de usar
3. En caso de reclamo no cortar la tela

Calle Belén Oe 10-32  
a 150 m. de la Iglesia San Rafael  
Telf. 2878014 Ext. 131 Cel. 09 1938350  
Quito - Ecuador

ORDEN DE COMPRA

0001135

Fecha:

15. 5. 2015

Señores:

JORGE LOPEZ

Dirección:

OTAVALO

Telf.:

CANT

DETALLE

V.UNITARIO

V. TOTAL

41170. 180. BLANCO

12X50

2460

Firma Autorizada

Firma Cliente

## Anexo N° 9 Proforma MAINCO


<b>MAINCO</b> <small>MAQUINAS INDUSTRIALES DE CONFECION</small> DIREC.: PANAMERICANA NORTE E IMBABURA TEL...: (593 6) 2530 743 - FAX: (593 6) 2530 558 E-mail: grupomainco@andinet.net ATUNTAQUI - IMBABURA - ECUADOR		<b>FACTURA PROFORMA</b> Nro. 2001 RUC 1002675963001 17/07/2015	
CLIENTE: YESENIA LOPEZ MATANGO			
DIRECCION: SAN JUAN ALTO		TEL.:	
CIUDAD: OTAVALO		CEL.: 0982782946	
De nuestras consideraciones: Es muy grato llevar a consideración de Uds. la cotización de las máquinas que se describen a continuación:			
		V. Unitario	Valor Total
1	Máquina Industrial Overlock, Marca GEMSY Modelo GEM747FH	589,29	589,29
1	Máquina Industrial Recubridora, Marca GEMSY Modelo GEM500B01	973,21	973,21
1	Máquina Industrial Recta, Marca GEMSY Modelo GEM8900H	392,86	392,86
1	Máquina Industrial Cortadora, Marca GEMSY Modelo RXM100	142,86	142,86
FORMA DE PAGO: CONTADO TIEMPO DE ENTREGA: Inmediato si existe en stock o máximo de 30 a 35 días laborales a partir del pedido con el 50% al pedido y 50% a la entrega de las mismas GARANTIA: 1 año con servicio técnico y repuestos en el caso de máquinas industriales y 6 meses de servicio técnico en máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, cosedoras de costales, estampadoras y sopletes. No se dará garantía por las siguientes razones: * Daños causados por maltrato o uso indebido de la maquinaria. * Desgaste natural de los productos debido a su uso. * Averías ocasionadas por sobrecargas eléctricas. * Si la máquina es destinada a usos distintos para los que ha sido fabricada. * Si la máquina es reparada por el cliente o por personal no autorizado por MAINCO. La presente garantía cubre servicio técnico a domicilio sobre maquinaria con mueble y motor ya que debido a su tamaño no pueden ser llevadas a nuestros talleres. Máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, etc., serán enviadas por el cliente a los talleres para su reparación. El servicio técnico a domicilio para máquinas con muebles será cubierto dentro del perímetro de la provincia de Imbabura. Fuera de este perímetro el cliente trasladará el cabezal de la máquina a nuestros talleres. Los servicios de reparación por la garantía no tendrán costo alguno. MAINCO se compromete a capacitar al personal en los talleres del mismo. Asesoramiento y enseñanza del manejo de las máquinas durante el tiempo requerido. En cada máquina se adjunta todos los accesorios y herramientas para su normal funcionamiento. VALIDEZ: De la oferta 30 días		SUBTOTAL 0,12 TOTAL	2.098,22 251,79 2.350,01
Por la gentil acogida que se digna dar a esta oferta, le agradezco y me suscribo de Ud. Muy atentamente,  Paulo César Aguilar Gerente G.			

## Anexo N° 10 Proforma Suministro de oficina

# PROFORMA

CORS CORPORACION SANCHEZ S.C  
R.U.C 1091716964001

Ref: 1500000082



Nombre: YESENIA LOPEZ

Dirección: OTAVALO

Fecha: 2015/06/22

Ruc: 1003661190

Telf: \*\*\*NO EXISTE\*\*\*

2	UN	PapBond75A4MRepropal*500	A0680203	3.9000	7.800	
6	UN	EstfMAzuFinoBic(24)	A0370302	0.3571	2.142	*
6	UN	EstfMNegFinoBic(24)	A0370309	0.3571	2.142	*
6	UN	EstfMRojFinoBic(24)	A0370314	0.3571	2.142	*
10	UN	ArchivadORealPractic(15)	C0050102	3.1250	31.250	*
2	UN	ClipsLancer(10)	C0110101	0.2232	0.446	*
2	UN	EngrapCPqMapedMini(6)	C0150110	4.2411	8.482	*
1	UN	PerfMedKW-Trio962SC	C0280303	4.2457	4.245	*
1	UN	GrapasN°26/5000undLancer(10)	A0470106	0.8929	0.892	*
1	UN	CalculadCFX82MSCasio	A0080307	12.4554	12.455	*
6	UN	LapizMNoricaHBStaedtler(12)	A0540308	0.2232	1.339	*
6	UN	BorradorEPZ20Pelikan(20)	A0050203	0.2232	1.339	*
6	UN	SacapMetálicoE1servicio(24)	A0800201	0.1786	1.071	*
1	UN	CEmbal80*48CafeShurtape(6)	A0180205	1.6518	1.651	*
6	UN	CuadMAcad100CAndaluz(48)	A0260404	1.3393	8.035	*

77.64      7.80

0    Total Imponible    77.64

Total No Imponible    7.80

Subtotal    0.00

IVA    9.32

Total a Pagar    94.76

La Proforma tiene vigencia de 20 días a partir de la fecha de emisión



**PAPELERIA MONSERRATH****R. U. C. : 1001202108001**

Dirección : SUCRE Y JUAN MONYALVO

Teléfonos : 2927372

Ciudad : OTAVALO

Fax :

E-Mail : sylvialex\_haro@hotmail.com


**mon**  
**PAPELERIA & BAZAR**
**PROFORMAS**  
**00000018**
**Cliente :** Yesenia Lopez**Dirección :** Otavalo**Fecha Emisión :** 26/06/2015**Observación :****Ruc/Ci.** 1003861190**Tifs. :****Fecha Venci. :** 26/06/2015**Ciudad :**

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
7705437007266	RESMA PAPEL DISPALASER 75GR	2.00	3.9500	7.90
5018505140737	PERFORADORA RAPESCO 820-P	2.00	4.4643	8.93
8802966090307	GRAPADORA POWER 133	2.00	5.8036	11.61
	EBMA ESFERO BIC MEDIO AZUL	16.00	0.3125	5.00
7861151303487	ARCHIVADOR OFIC CELESTE LOMO 5	10.00	3.1250	31.25
	LN LAPIZ NORICA	4.00	0.2232	0.89
	SM SACAPUNTA METALICO	1.00	0.3125	0.31
	BPZ20 BORRADOR PELIKAN PZ20	2.00	0.2679	0.54
6921969775119	CORRECTOR KAIPAI CUADRADO	2.00	0.8036	1.61
4902030789527	FLASH MEMORY TDK 8GB VERDE	1.00	8.8393	8.84
7861129527143	CLIPS CARIOCA	2.00	0.1786	0.36
	TR TIJERA REGLA	1.00	0.5804	0.58
7861084213136	CUADERNO ACAD 100H CDRS	1.00	1.3393	1.34
	CSS18X10 CINTA SCOHT 18X10	32.00	0.1786	5.72
4892987003039	CAJA DE TIZA BLANCA	1.00	0.6250	0.63
	CD2 CARTULINA DUPLEX 255GR	10.00	0.5804	5.80
5707288110005	TIJERA QUALITY MEDIANA	1.00	1.4732	1.47
7861129513030	JUEGO GEOMETRICO CARIOCA N°4	1.00	1.4286	1.43
4895137943544	TIJERA ESCOLAR 103	3.00	0.4018	1.21
7861842013787	CABEZA PEQUEÑA	4.00	1.5625	6.25

**Forma de Pago :** 0 Días

<b>Sub Total :</b>	101.67
<b>Dcto.:</b> 0.00 %	0.00
<b>I. V. A. :</b> 12.00 %	11.25
<b>TOTAL :</b>	112.92

**Monserrath**  
 PARRIO MONSERRATH Tl. 920531  
 OTAVALO - ECUADOR
**ELABORADO**
 Dirección: Calle Sucre y Juan Montalvo  
 (Edificio Fuentes)

 Telf: (06) 2927-372  
 Cel: 0984 025 805

 Email: sylvialex\_haro@hotmail.com  
 papeleriamonserrath@hotmail.com

## Anexo N° 11 Proforma Suministro de limpieza

**TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A.****calidad, variedad y economía**

Matriz RUC 0990017514001  
Guayaquil: Chimborazo 2-17 y Luque

Sucursal: RUC 0990017514027  
Perez Guerrero 775 entre Sanchez y Bolívar  
Ibarra – Ecuador

**\* CONTRIBUYENTE ESPECIAL \***  
*Resolución Nro 6925 del 4 de julio de 1995*

## PROFORMA

**FECHA:** 02/06/15  
**CLIENTE:** Yesenia Lopez  
**RUC/C.I.** 1003861190  
**DIRECCION:** Otavalo  
**TELEFONO:** 62903213

CODIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Pvp. Unit.	SUBTOTAL
142801	1	FRANELA X 6	\$ 1,59	1,59
140636	1	FABULOSO KLIN	\$ 1,59	1,59
141720	1	PALA RECOGEDORA DE BASURA	\$ 0,99	0,99
141727	1	ESCOBA	\$ 1,99	1,99
141686	1	TRAPAEADOR DE MICROFIBRA	\$ 3,99	3,99
161472	1	JABON LIQUIDOISABELA	\$ 1,99	1,99
149503	1	CLORO MAYIK	\$ 0,99	0,99
213034	1	HOJAS INEN X 500 UNDS	\$ 4,99	4,99
210908	1	ESFEROS X 4 UNDS	\$ 1,99	1,99
111222	1	CESTO DE BASURA	\$ 1,99	1,99
149530	1	FUNDA DE BASURA	\$ 0,59	0,59
140116	1	PAPEL HIGIENICO ELITE X 12	\$ 6,99	6,99
140651	1	AMBIENTAL AMBIENTOL PASTILLA	\$ 0,99	0,99
140403	1	ARMADORES DE ALAMBRE X 10	\$ 1,99	1,99

TOTAL	\$ 32,66
-------	----------

**Proforma valida por 5 días y sujeta a variaciones de precio**

## Anexo N° 12 Proforma equipos de computación



**SINFOR**  
soluciones informáticas

**SISTEMAS INFORMÁTICOS**

Alquiler, Venta y Mantenimiento de Computadoras, Desarrollo de Sistemas, Instalación de redes, Capacitación, Asesoramiento Técnico, Suministros, Antivirus.

**RUC:1002028171001**

### PROFORMA No. 3410

**Cliente:** JESENIA LOPEZ

**Ruc:**

**Telf.:**

**Dirección:** Otavalo

CANT	DETALLE	P. UNIT	TOTAL
1	<b>COMPUTADOR - CASE ATX SUPER POWER:</b>	625,000	625,00
	Motherboard GigaByte DDR3 core i7- Proc. Intel core i3, Memoria RAM 4GB - Monitor LG 20" Led - disco duro 1000Gb - DVD-REWRITABLE - Lector de memorias- Tarjeta sonido- Tarjeta de Red 10/100- Teclado PS/2 Español- Mouse PS/2 NetScroll- Parlantes - Pad Mouse, Regulador de Voltaje.		0,00
1	impresora EPSON L-210 tinta continua	312,500	312,50
STOTAL			937,50
BASE IMP.			937,50
IVA 12%			112,50
0%			0,00
TOTAL			1050,00

**Tiempo de entrega:** Inmediata previa confirmación de Mayorista  
ESPERAMOS PODER: SERVIRLE CON CALIDAD AL MEJOR PRECIO.

Otavalo 22 de junio de 2015

Atentamente,

Ing Gerson Ruiz P.  
PROPIETARIO

Otavalo - Ecuador

Telf. 2923724/0997693767/0991803763 E-mail: [gruizp@hotmail.com](mailto:gruizp@hotmail.com)  
Bolívar y Juan Montalvo (Esquina - Parque Bolívar)


**SINFOR**  
soluciones informáticas

# SISTEMAS INFORMÁTICOS

Alquiler, Venta y Mantenimiento de Computadoras, Desarrollo de Sistemas, Instalación de redes, Capacitación, Asesoramiento Técnico, Suministros, Antivirus.

**RUC:1002028171001**

## PROFORMA No. 3411

**Cliente:** JESENIA LOPEZ

**Ruc:**
**Telf:** 0982782946


**Dirección:** Otavalo

CANT	DETALLE	P. UNIT	TOTAL
1	<b>PORTATIL HP 15, CORE i5 5200U 2.70GHz:</b>	728,000	728,00
	QUINTA GENERACION,6GB,750GB,15.6" HD,DVD WRITER,WI-FI,HDMI,TECLADO NUMERICO,WINDOWS 8.1...		
			0,00
			0,00
		STOTAL	728,00
		BASE IMP.	728,00
		IVA 12%	87,36
		0%	0,00
		TOTAL	815,36

**Tiempo de entrega:** Inmediata previa confirmación de Mayorista  
 ESPERAMOS PODER: SERVIRLE CON CALIDAD AL MEJOR PRECIO.

Otavalo 22 de junio de 2015

Atentamente,

  
 Ing Gerson Ruiz P.  
 PROPIETARIO

Otavalo – Ecuador

 Telf. 2923724/0997693767/0991803763 E-mail: [gruizp@hotmail.com](mailto:gruizp@hotmail.com)  
 Bolívar y Juan Montalvo (Esquina – Parque Bolívar)

### Anexo N° 13 Muebles y enseres

Imbabura Ibarra  
 Caranqui Av. Atahualpa y hualcopo duchicela 7-12  
 Teléfono: 653-394

#### PROFORMA

Nombre: Yesenia Lopez

Fecha: 01 de julio del 2015

Dirección: Otavalo

RUC: 1003861190


Teléfono: 0982782946

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
	Escritorio rio	1	268	268
	Sillas clientes	5	18	89
	Archivador	1	161	161
	Mesa de corte	1	161	161
	Estantería	1	125	125
	Vitrina	1	134	134
	Mesa de doblado	1	196	196
			Subtotal	1134
			I.V.A 12 %	136
			TOTAL	1270

.....  
 Propietario Bryan Terán Ayala

# Anexo N° 14 Suministros de producción

		<div>DIA</div> <div>MES</div> <div>AÑO</div>		
Recta Jack				
\$ 560				
Quelock.				
\$ 1305				
Carbocloro.				
\$ 566				
Operadora Course				
31120				
Fitas sastre.				
\$ 3.50				
legto. Sastre.				
\$ 120.				
Fitas 8.18				
lito prest. \$ 5				
Aguje Recta 2.50				
Aguje Quelock 3.50				



**SERVIMAQ**  
dnra

RUC: 1000436053001  
Telfs: 06 2922794 / 0986 957229  
OTAVALO - ECUADOR



## Anexo N° 15 Proforma Maniquies



LOS MANIQUES DE CALIDAD EN ECUADOR

Tel.: 0051 - 997 441 454

Skype: enrican76 (ECUADOR)

Email: contactos@losmaniques.com

© Red de distribución

### PROFORMA

Nombre: Yesenia López

Fecha: 01 de julio del 2015

Dirección: Otavalo, 0982782946

RUC: 1003861190

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
Ariel pos. A	Maniquí mujer en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	116,07	116,07
Ariel pos. G	Maniquí mujer en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	116,07	116,07
Marcel pos. A	Maniquí hombre en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	116,07	116,07
Marcel pos. S1	Maniquí hombre en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	116,07	116,07
Subtotal				464,28
I.V.A 12 %				55,71
TOTAL				520,00

## Anexo N° 16 Contrato de arrendamiento del local

Conste el presente contrato de arrendamiento que celebra de una parte la propietaria Sra. Mariela Inojosa PEÑA identificada con DNI N° 15429071 con domicilio en Calle Sucre Entre Salmas y Quiroga de Cañete a quien se le conocerá como el arrendador y la otra parte Sra. Yesenia López A Microempresa Cabutex identificada con DNI N° 09944403 con domicilio en García y García N° 857 – Barranco Lima a quien en adelante se le denominará el arrendatario, ambos contratantes acuerdan los términos y condiciones siguientes:

- 1<sup>era</sup> - El arrendador es propietario del inmueble ubicado en Mz.F L.8, Residencial Martinete – Cercado de Lima, casa de dos pisos, con pisos de cerámicos en todos sus ambientes, cocina (con repostero de madera en buen estado, parte baja) y baños con mayólicas en buen estado de conservación, contando con todos los servicios básicos de luz, agua y desagüe.
- 2<sup>da</sup> - El plazo de duración del presente contrato es de 12 meses forzados para ambas partes, el cual empieza a regir a partir del 1 de Enero del 2009 y que vencerá el 1 de Enero del 2020 Vencida la fecha el arrendatario se compromete a desocupar la casa, y si desea renovar el contrato es condición indispensable que el arrendatario sea puntual en sus pagos.
- 3<sup>era</sup> - El pago mensual por el arriendo es de s/. 450.00 (doscientos cincuenta Dólares Americanos). El arrendatario deberá abonar los 30 de cada mes lo pactado por el arriendo.
- 4<sup>ta</sup> - El arrendatario esta obligado a pagar el servicio por consumo de agua, luz, vigilancia.
- 5<sup>ta</sup> - Devolver la casa al arrendador en buenas condiciones tal y como a sido entregado sin mas deterioro que el proveniente de uso normal.

En señal de conformidad las partes firman el presente contrato en Mz.F L.8 Martinete el 1 día del mes de Febrero del 2016

Otavaló, 1 DE FEBRERO DEL 2016

<http://new.taringa.net/posts/juegos/1731219/Sims-2-Completo-%5BDe-1-a-3-Links%5D--Expansiones-y-Accesorios.html>

Mariela Inojosa PEÑA  
DNI N° 15429071

Yesenia López - Cabutex A  
DNI N° 09944403



## Proceso productivo

**Anexo N° 17 Cortado**



**Anexo N° 18 Tela cortada**



**Anexo N° 19 Confección**



**Anexo N° 20 Fibra de cabuya****Anexo N° 21 Bordados a mano****Anexo N° 22 Producto terminado**

**Anexo N° 23 Entrevista al experto en producción****Anexo N° 24 Aplicación de encuestas**



**Anexo N° 25 Local**



**Anexo N° 26 Artesanías Inty Raymi**



**Anexo N° 27 Servimaq**



Anexo N° 28 Páginas web Cabutex



Anexo N° 29 Tabla del impuesto a la renta 2015

Año 2015 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

## Anexo N° 30 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
<b>BENEFICIARIO</b>					
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>					
<b>MONTO</b>		37.253,38			
<b>TASA</b>		10,50%	T. EFECTIVA	11,0203%	
<b>PLAZO</b>		5 años			
<b>GRACIA</b>		0 años			
<b>FECHA DE INICIO</b>		01/06/2016			
<b>MONEDA</b>		Dólares			
<b>AMORTIZACIÓN</b>		30 días			
<b>Número de períodos</b>		60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		37.253,38			
1	01-jul-2016	36.632,49	325,97	620,89	946,86
2	31-jul-2016	36.011,60	320,53	620,89	941,42
3	30-ago-2016	35.390,71	315,10	620,89	935,99
4	29-sep-2016	34.769,83	309,67	620,89	930,56
5	29-oct-2016	34.148,94	304,24	620,89	925,13
6	28-nov-2016	33.528,05	298,80	620,89	919,69
7	28-dic-2016	32.907,16	293,37	620,89	914,26
8	27-ene-2017	32.286,27	287,94	620,89	908,83
9	26-feb-2017	31.665,38	282,50	620,89	903,39
10	28-mar-2017	31.044,49	277,07	620,89	897,96
11	27-abr-2017	30.423,60	271,64	620,89	892,53
12	27-may-2017	29.802,71	266,21	620,89	887,10
13	26-jun-2017	29.181,82	260,77	620,89	881,66
14	26-jul-2017	28.560,93	255,34	620,89	876,23
15	25-ago-2017	27.940,04	249,91	620,89	870,80
16	24-sep-2017	27.319,15	244,48	620,89	865,37
17	24-oct-2017	26.698,26	239,04	620,89	859,93
18	23-nov-2017	26.077,37	233,61	620,89	854,50
19	23-dic-2017	25.456,48	228,18	620,89	849,07
20	22-ene-2018	24.835,59	222,74	620,89	843,63
21	21-feb-2018	24.214,70	217,31	620,89	838,20
22	23-mar-2018	23.593,81	211,88	620,89	832,77
23	22-abr-2018	22.972,92	206,45	620,89	827,34
24	22-may-2018	22.352,03	201,01	620,89	821,90
25	21-jun-2018	21.731,14	195,58	620,89	816,47
26	21-jul-2018	21.110,25	190,15	620,89	811,04
27	20-ago-2018	20.489,36	184,71	620,89	805,60
28	19-sep-2018	19.868,47	179,28	620,89	800,17
29	19-oct-2018	19.247,58	173,85	620,89	794,74

30	18-nov-2018	18.626,69	168,42	620,89	789,31
31	18-dic-2018	18.005,80	162,98	620,89	783,87
32	17-ene-2019	17.384,91	157,55	620,89	778,44
33	16-feb-2019	16.764,02	152,12	620,89	773,01
34	18-mar-2019	16.143,13	146,69	620,89	767,57
35	17-abr-2019	15.522,24	141,25	620,89	762,14
36	17-may-2019	14.901,35	135,82	620,89	756,71
37	16-jun-2019	14.280,46	130,39	620,89	751,28
38	16-jul-2019	13.659,57	124,95	620,89	745,84
39	15-ago-2019	13.038,68	119,52	620,89	740,41
40	14-sep-2019	12.417,79	114,09	620,89	734,98
41	14-oct-2019	11.796,90	108,66	620,89	729,55
42	13-nov-2019	11.176,02	103,22	620,89	724,11
43	13-dic-2019	10.555,13	97,79	620,89	718,68
44	12-ene-2020	9.934,24	92,36	620,89	713,25
45	11-feb-2020	9.313,35	86,92	620,89	707,81
46	12-mar-2020	8.692,46	81,49	620,89	702,38
47	11-abr-2020	8.071,57	76,06	620,89	696,95
48	11-may-2020	7.450,68	70,63	620,89	691,52
49	10-jun-2020	6.829,79	65,19	620,89	686,08
50	10-jul-2020	6.208,90	59,76	620,89	680,65
51	09-ago-2020	5.588,01	54,33	620,89	675,22
52	08-sep-2020	4.967,12	48,90	620,89	669,78
53	08-oct-2020	4.346,23	43,46	620,89	664,35
54	07-nov-2020	3.725,34	38,03	620,89	658,92
55	07-dic-2020	3.104,45	32,60	620,89	653,49
56	06-ene-2021	2.483,56	27,16	620,89	648,05
57	05-feb-2021	1.862,67	21,73	620,89	642,62
58	07-mar-2021	1.241,78	16,30	620,89	637,19
59	06-abr-2021	620,89	10,87	620,89	631,76
60	06-may-2021	0,00	5,43	620,89	626,32

**Fuente:** Simulador de créditos CFN

**Elaborado por:** CFN

**Año:** 2016